



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA DETERMINAR LA
FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UN VIVERO DE PLANTAS
ORNAMENTALES EN EL SECTOR DE NAYÓN, AL NORTE DE QUITO.

Proyecto previo a la obtención del Título de Tecnólogo en Administración de
Empresas con mención en Recursos Humanos-Personal

Autora: Pilapaña Anaguano Ligia Sorayda

Tutor: Ing.: keyerman M. Toapanta C.

Quito-Octubre 2013



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultado y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Pilapaña Anaguano Ligia Sorayda



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Pilapaña Anaguano Ligia Sorayda**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración de empresas, Marketing Interno y Externo, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UN VIVERO DE PLANTAS ORNAMENTALES EN EL SECTOR DE NAYÓN, AL NORTE DE QUITO"**, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla el estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del



proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del invernadero; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del invernadero que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.



CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.



SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman al 01 día del mes de Noviembre del dos mil trece.

f) _____

f) _____

Pilapaña Anaguano Ligia Sorayda

C.C. N° 172201044-2

Instituto Superior Tecnológico

Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

AI INSTITUTO TECNOLÓGICO

SUPERIOR" CORDILLERA",

y todo el personal docente

por abrirnos sus puertas al conocimiento.



DEDICATORIA

A mis padres, a mis hermanos

Y a mi esposo por todo el apoyo

Brindado.



ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.01 Justificación	1
1.02 Antecedentes.....	3
CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL	8
2.01 Análisis externo.....	8
2.01.01 Macro-ambiente.....	8
2.01.01.01 Aspectos económicos.....	8
2.01.01.01.01 Inflación.....	9
2.01.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)	10
2.01.01.01.03 Tasas de interés	11
2.01.01.01.03.01 Tasa de interés activa	11
2.01.01.01.03.02 Tasa de interés pasiva.....	13
2.01.01.01.04 Balanza comercial.....	14
2.01.01.01.05 Riesgo país.....	16
2.01.01.02. Aspecto social.....	17
2.01.01.02.01 Desempleo	17
2.01.01.02.02 Subempleo	18
2.01.01.02.03 Migración	19
2.01.01.03 Aspecto político	20
2.01.01.05 Aspecto tecnológico.....	23



2.01.01.06 Aspecto cultural	24
2.02 Microambiente externo.....	25
2.02.02 Proveedores	26
2.02.03 Competidores	27
2.03 Matriz FODA	28
2.04 Propuesta de planeación estratégica	29
2.04.01 Misión	30
2.04.02 Visión.....	30
2.04.03 Objetivos	30
2.04.03.01 Objetivo general	30
2.04.03.02 Objetivos específicos	31
2.04.04 Principio y valores	31
2.04.05 Políticas.....	32
2.04.06 Gestión administrativa	36
2.04.06.01 Organigrama estructural.....	36
2.04.06.02 Manual de funciones	36
2.04.06.03 Perfil del puesto	38
2.04.06.04 Reclutamiento del personal	39
2.04.06.05 Selección del puesto.....	39
2.04.06.05 Evaluación de desempeño	42



2.04.07 Gestión operativa.....	43
2.04.08 Marco legal.....	43
2.04.09 Gestión comercial.....	46
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO.....	62
3.01 Análisis del consumidor	62
3.01.01 Criterios para segmentar	62
3.01.02 Determinación de la población y muestra.....	63
3.01.02.01 Población.....	63
3.01.02.02 Muestra.....	65
3.01.03 Técnicas de obtención de información	65
3.01.03.01 Encuesta	66
3.01.03.02 Objetivo de la encuesta	66
3.01.03.03 Características de la encuesta.....	66
3.01.03.04 Importancia de la encuesta	67
3.01.04 Análisis de la información	69
3.02 Oferta.....	86
3.02.01 Oferta histórica	86
3.02.02 Oferta actual	86
3.02.03 Oferta proyectada	87
3.03 Demanda.....	87
3.03.01 Demanda histórica	87



3.03.02 Demanda actual	88
3.03.03 Demanda proyectada	88
3.04 Demanda insatisfecha	89
CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO	90
4.01 Tamaño del proyecto	90
4.01.01 Capacidad instalada	90
4.01.02 Capacidad óptima	91
4.01.03 Variables de viabilidad	91
4.02 Localización	93
4.02.01 Factores de localización	93
4.02.02 Macro localización	94
4.02.03 Micro- localización	95
4.02.04 Localización óptima	96
4.03 Ingeniería del producto	97
4.03.01 Definición del producto y servicio	97
4.03.02 Variables de optimización	98
4.03.03 Descripción de las instalaciones del proyecto	102
4.03.03 Proceso productivo	106
4.03.04 Maquinaria	109
4.03.05 Equipos	109



CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO	111
5.01 Ingresos operacionales.....	112
5.02 Costos	113
5.02.01 Costo directo	113
5.02.02 Costos indirectos	113
5.02.03 Gastos administrativos	114
5.02.04 Costos de venta.....	115
5.02.06 Costos fijos y variables	116
5.02.06 Costos variables.....	117
5.03 Inversiones	117
5.03.01 Inversiones fijas.....	117
5.03.01.01 Activos fijos.....	117
5.03.01.02 Activos nominales.....	118
5.03.02 Capital de trabajo.....	119
5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	119
5.03.04 Amortización de financiamiento	121
5.03.06 Estado de situación inicial.....	123
5.03.07 Estado de resultados proyectado	124
5.03.08 Flujo de caja	125
5.04 Evaluación	126
5.04.01 Tasa de descuento.....	126



5.04.02 Valor actual neto.....	126
5.04.03 Tasa interna de retorno	127
5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión	127
5.04.05 Relación costo beneficio	128
5.04.06 Punto de equilibrio.....	128
5.04.07 Análisis de índices financieros	133
CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS	135
6.01 Impacto ambiental.....	135
6.02 Impacto económico	136
6.03 Impacto productivo	137
6.04 Impacto social	138
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	139
7.01 Conclusiones	139
7.02 Recomendaciones.....	140
Bibliografía.....	142
Anexos	144



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Inflación.....	9
Tabla 2: Tasa de interés activa	12
Tabla 3: Tasa de interés pasiva.....	13
Tabla 4: Balanza comercial	15
Tabla 5: Riesgo país.....	16
Tabla 6: Desempleo	17
Tabla 7: Subempleo	18
Tabla 8: Migración.....	19
Tabla 9: Clientes.....	26
Tabla 10: Proveedores.....	27
Tabla 11: Competidores	28
Tabla 12: Matriz FODA Oportunidades	29
Tabla 13: Matriz FODA Amenazas	29
Tabla 14: Organigrama estructural	36
Tabla 15: Perfil del puesto (gerente).....	38
Tabla 16: Perfil del puesto (administrador).....	38
Tabla 17: Perfil del puesto (operario)	38
Tabla 18: Evaluación de desempeño	42
Tabla 19: Gestión operativa	43
Tabla 20: Población segmento.....	64
Tabla 21: Análisis sexo	69
Tabla 22: Análisis edad.....	70
Tabla 23: Análisis ocupación	71



Tabla 24: Análisis de conservación naturaleza	72
Tabla 25: Análisis espacios jardineras	73
Tabla 26: Análisis visita a viveros	74
Tabla 27: Análisis información de viveros	75
Tabla 28: Análisis nivel de satisfacción	76
Tabla 29: Análisis decisión de compras	77
Tabla 30: Análisis frecuencia de compra	78
Tabla 31: Análisis de precios (plantas grandes)	79
Tabla 32: Análisis de precios (plantas medianas)	80
Tabla 33: Análisis de precios (plantas pequeñas)	81
Tabla 34: Análisis de compra de fertilizantes	82
Tabla 35: Análisis servicios adicionales	83
Tabla 36: Análisis forma de pago	84
Tabla 37: Análisis aceptación de implementación del vivero	85
Tabla 38: Oferta histórica	86
Tabla 39: Oferta actual	86
Tabla 40: Oferta proyectada	87
Tabla 41: Demanda histórica	87
Tabla 42: Demanda actual	88
Tabla 43: Demanda proyectada	88
Tabla 44: Demanda insatisfecha	89
Tabla 45: Trabajadores y sueldos	90
Tabla 46: Muebles y enseres	91



Tabla 47: Ventas proyectadas.....	91
Tabla 48: Factores de localización	93
Tabla 49: Layout, primera planta.....	99
Tabla 50:Layout , planta baja	100
Tabla 51: Maquinaria de la empresa.....	109
Tabla 52: Equipos de la empresa	109
Tabla 53: Cuantificación de las variables	110
Tabla 54: Ingresos operacionales.....	112
Tabla 55: Costo directo	113
Tabla 56: Costos indirectos	113
Tabla 57: Gastos administrativos	114
Tabla 58: Costos de ventas.....	115
Tabla 59:Costos financieros	115
Tabla 60: Costos fijos	116
Tabla 61: Costos variables	117
Tabla 62: Activos fijos.....	118
Tabla 63: Activos nominales	118
Tabla 64: Capital de trabajo	119
Tabla 65: Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	120
Tabla 66: Amortización y financiamiento.....	121
Tabla 67: Depreciaciones	122
Tabla 68: Estado de resultados proyectado	124
Tabla 69: Flujo de caja.....	125
Tabla 70: Tasa de descuento	126



Tabla 71: Valor actual neto	126
Tabla 72: Tasa interno de descuento.....	127
Tabla 73: Periodo de recuperación de la inversión.....	127
Tabla 74: Relación costo beneficio.....	128
Tabla 75: Punto de equilibrio (plantas grandes).....	129
Tabla 76: Punto de equilibrio (plantas medianas)	131
Tabla 77: Punto de equilibrio (plantas pequeñas).....	132
Tabla 78: Matriz productiva	137



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Inflación	9
Figura 2: PIB Sectorial.....	10
Figura 3: Tasa de interés activa	12
Figura 4: Tasa de interés pasiva	13
Figura 5: Riesgo país:	16
Figura 6: Logotipo del vivero.....	48
Figura 7: Variedades de plantas.....	49
Figura 8 Precios de plantas.....	51
Figura 9: Plaza de distribución en Kiwi.....	53
Figura 10: Plaza de distribución en Santa María	53
Figura 11: Plaza de distribución en Supermaxi.....	54
Figura 12: Rótulo publicitario	55
Figura 13: Holas volantes.....	56
Figura 14: Fundas publicitarias	57
Figura 15: Páginas en Facebook de vivero.....	58
Figura 16: Páginas web del vivero.....	59
Figura 17: Tarjetas de presentación	60
Figura 18: Trípticos	61
Figura 19: Ubicación de la población	64
Figura 20: Análisis de sexo	69
Figura 21: Análisis de edad	70
Figura 22: Análisis de ocupación	71
Figura 23: Análisis conservación de la naturaleza	72



Figura 24: Análisis espacios para jardineras	73
Figura 25: Análisis visita a viveros.....	74
Figura 26: Análisis de información de viveros.....	75
Figura 27: Análisis nivel de satisfacción	76
Figura 28: Análisis decisión de compras	77
Figura 29: Análisis frecuencia de compra.....	78
Figura 30: Análisis de precios (plantas grandes).....	79
Figura 31: Análisis de precios(plantas medianas)	80
Figura 32: Análisis de precios (plantas pequeñas)	81
Figura 33: Análisis compra de fertilizantes.....	82
Figura 34: Análisis servicios adicionales	83
Figura 35: Análisis forma de pago.....	84
Figura 36: Análisis aceptación de implementación del vivero.....	85
Figura 37: Factores de localización	93
Figura 38: Mapa de macro localización	94
Figura 39: Mapa micro localización	95
Figura 40: Mapa localización óptima	96
Figura 41: Productos (especies de plantas)	97
Figura 42: Plano de planta baja	101
Figura 43: Plano primera planta	102
Figura 44: Proceso de producción	106
Figura 45: Punto de equilibrio (plantas grandes).....	130
Figura 46: Punto de equilibrio (plantas medianas)	131
Figura 47: Punto de equilibrio (plantas pequeñas)	132



RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se ha elaborado con la finalidad de implementar un vivero de plantas ornamentales en Nayón , al norte de la ciudad de Quito cuya actividad micro empresarial estará dentro del sector de la agricultura por lo tanto es necesario la implementación de un plan de negocios que permita dar a conocer esta actividad. Este proyecto básicamente contiene siete capítulos que han sido estructurados de forma clara, estos capítulos contienen información pasada y presente acerca de la situación económica y financiera de este sector. En el primer capítulo se analiza el estado del mercado actual en el que pretende insertar a vivero conociendo las fortalezas y debilidades a las que se enfrenta el proyecto. La fortaleza más importante con la que se cuenta es el conocimiento propio sobre a producción y el cuidado de las plantas para una mejor conservación de las mismas, el servicio al cliente será tomado como un valor agregado por la forma en como se lo manejará intentando explotar al máximo este mercado. Una vez que ya se implemente el vivero se aplicará formas para fidelizar al cliente por medio de las estrategias comerciales. Una de las principales debilidades que se pudo conocer es que las personas no tienen los suficientes conocimientos sobre el cuidado de las plantas ornamentales.

En el segundo capítulo se habla sobre el análisis situacional del país referente al sector de la agricultura y para ello fue importante conocer todos los aspectos económicos que tiene este país así también se tomó en cuenta cuales son los futuros competidores y proveedores que tendrá el vivero ornamental y para ello se aplicó la matriz FODA en donde se resume todo lo escrito del análisis situacional verificando las variables y los impactos que tiene.



En el tercer capítulo se realiza el respectivo análisis de la encuestas realizadas a cuatrocientas empresas del sector norte de Quito en el cual se obtuvo información muy importante para tomar decisiones sobre la aplicación y aceptación que tendrá el vivero ornamental.

En el capítulo cuatro se habla sobre la estructura que tendrá el futuro vivero es decir, los departamentos necesarios con los que contará, el personal, las maquinarias y equipos que se utilizarán entre otros elementos necesarios para la respectiva aplicación.

El capítulo cinco se trata de la evaluación financiera que es importante emplear para conocer si es viable o no la implementación del vivero proyectando básicamente a cinco años para obtener una mejor proyección futura del vivero en el que nos muestra que la inversión total será recuperada en el lapso de dos años, cinco meses, 29 días determinando que es aceptable, de igual manera el VAN muestra una cifra que si es apto para la microempresa que se pretende implementar. Dentro del capítulo seis se indaga sobre los diversos impactos a los que se enfrentará la microempresa como el económico, social, productivo y ambiental a partir de los cuales se realizará un plan para evitar en lo posible que el vivero cause daños. En el último capítulo se analiza las conclusiones y recomendaciones del proyecto y su respectiva aplicación considerando los pros y los contras para determinar cuál es la forma correcta que se deben aplicar cada uno de los capítulos establecidos para una mejor desempeño y desarrollo del vivero ornamental "LAS GARDENIAS" en el sector de Nayón.



Abstract

The present project has been elaborated by the purpose of implementing a fish-pond of ornamental plants in Nayón, to the north of the city of Quito which activity managerial will be inside the sector of the agriculture therefore there is necessary the implementation of a business plan that allows to announce this activity. This project basically contains seven chapters that have been structured of clear form, these chapters contain past and present information it brings over of the economic and financial situation of this sector. In the first chapter there is analyzed the condition of the current market in which we try to insert ourselves knowing the strengths and weaknesses which the project faces. The most important strength which one possesses is the own knowledge on the care and maintenance of the ornamental plants, likewise of the servicio that one offers as the maintenance of gardens and the sale of inputs destined for a better conservation of the plants, the service to the client will be taken as a value added by the form in since one will handle it trying to exploit to the maximum this market. As soon as already the fish-pond is implemented forms will be applied to fidelize the client by means of the commercial strategies.

One of the principal weaknesses that could be known is that the persons do not have the sufficient knowledge on the care of the ornamental plants.

In the second chapter one speaks on the situational analysis of the country relating to the sector of the agriculture and for it was important to know all the economic aspects that this country like that has also was born in mind which are the rival futures and suppliers that the ornamental fish-pond will have and for it there was



applied the counterfoil FODA where is summarized everything writing of the situational analysis checking the variables and the impacts that it has.

In the third chapter the respective analysis realizes of her surveys realized to four hundred companies of the north sector of I remove in which very important information was obtained to take decisions on the application and acceptance that will have the ornamental fish-pond.

In the chapter four one speaks on the structure that will have the future fish-pond is to say, the necessary departments with which it should count, the personnel, the maquinaria and equipments that will be in use between other elements necessary for the respective application.

The chapter five treats itself about the financial evaluation that it is important to use to know if it is viable or not the implantation of the fish-pond projecting basically to five years to obtain a better future projection of the fish-pond in the one that shows us that the total investment will be it recovers in the space of two years with four determining that is acceptable, of equal way THEY GO a number shows that if it is suitable for the micro company that is tried to implement.

Inside the chapter six it is investigated on the diverse impacts which the microcompany was facing as economically, socially, productively and environmental when divide d which a plan was realized to avoid in the possible thing that the fish-pond causes hurts. In the last chapter there are analyzed the conclusions and recommendations of the project and his respective application considering the pro and the cons to determine which is the correct form that there must to him apply each of the chapters established for one better performance and development of the ornamental fish-pond " THE GARDENIAS " in Nayón's sector.



CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.01 Justificación

Este estudio de investigación pretende brindar al futuro microempresario las pautas generales y específicas para determinar si la implementación de un vivero de plantas ornamentales, sería un medio factible para dar un buen servicio al cliente y poder generar rentabilidad del negocio a través de la aplicación de estrategias comerciales.

Por ello es importante el acceso a la información sobre la administración de una microempresa de manera que no se presenten errores en el futuro ya que el desconocimiento puede causar un mal manejo del negocio, aplicando ventas empíricas y sin procesos.

El mismo que analizará al competidor más cercano para poder establecer las debilidades que tiene y poder mejorarlo en base a la aplicación de una gestión administrativa correctamente establecida.

Busca además determinar aquellos factores que pueden influir de forma positiva o negativa la ejecución de un vivero de plantas ornamentales. Esta idea surge debido a la gran importancia que tiene el medio ambiente y su conservación por tanto las plantas no es solo estética sino además funcional, porque libera oxígeno y reduce el dióxido de carbono adecuando el aire para la población. Las plantas ornamentales a más de ser estéticas armonizan los lugares en donde se decidan cultivarlas esto se debe a la belleza incomparable que poseen.

La situación actual del establecimiento de un vivero de plantas en Nayón hace necesario que se incremente la oferta de plantas ornamentales de buena calidad con el objetivo de facilitar el acceso de compra a los clientes que sientan satisfacción al



adquirir las plantas y cumplir con las expectativas que ellos tienen. De tal manera que por medio de esta actividad se atraiga al turismo nacional e internacional obteniendo un ingreso extra para los habitantes del sector.

Por otra parte se busca aportar al crecimiento económico y social del Ecuador incentivando a las personas a ser emprendedoras y plasmar sus ideas no solo en papeles sino en la aplicación tangible de estas doctrinas.

Al aplicar este proyecto de factibilidad tendrá como objeto el incremento de mano de obra generando empleo e ingresos económicos a las familias del sector de Nayón, pues los viveros ornamentales se encuentran en el sector micro empresarial, es decir, apoyan a la economía del país reduciendo la pobreza que hoy acrecienta al Ecuador. Hasta el momento este sector no cuenta con un vivero ornamental que tenga características como la innovación hacia el producto y servicio, valor agregado dirigido al cliente y a la organización, no establecen canales de distribución y lo que se pretende es reformar todos estos elementos que constituyen de gran importancia para que los negocios amplíen sus actividades de comercio y puedan establecer nuevas rutas de comercialización y producción.

Con éste proyecto, también se pretende reforzar todas aquellas actividades micro empresariales que no se encuentran dirigidas bajo normas y estándares que rige las entidades públicas para un buen desenvolvimiento económico y financiero.

De allí que esta investigación constituye como un soporte para orientar a los microempresarios hacia un sentido de seguridad y amor por la actividad que realizan, sin dejar de lado que este estudio permite también aplicar todos los conocimientos adquiridos durante este periodo de tiempo dentro de la institución.



1.02 Antecedentes

Desde hace muchos años es muy común leer en artículos, libros, revistas, políticos, académicos, entre otros, que la agricultura es la base para el desarrollo, que el petróleo se agota y que debemos darle importancia al sector agropecuario.

Se dice que Ecuador es uno de los países que ha desarrollado proyectos para el desarrollo del sector de la agricultura pero todavía no se ha encontrado el adecuado para lograr que reduzca en algo el desconocimiento del manejo de este sector y que se garantice la soberanía y seguridad alimentaria en este país. Existen muchos estudios técnicos y experiencias probadas de la real contribución de la agricultura a la economía de una nación.

Actualmente la agricultura se ha convertido en mucho más que fincas y alimentos, es considerado un activo estratégico por la mayoría de las naciones; además, es considerada la proveedora de alimentos, salud, servicios y crecimiento económico.

Lograr hoy en día una agricultura sostenida es el reto en estos tiempos, deben estar ligados a conocimientos de investigación y procesos para ello el agricultor debe tener conocimientos, experiencia y sabiduría en la actividad que va a desarrollar para el progreso de esta acción.

Es importante recalcar que según la historia los viveros se crearon en América en el país de Argentina allá por el año de 1875 este hecho coincide con el aumento incrementado de migrantes de alemanes, españoles, italianos a este país los mismos que dieron lugar a los grandes viveros de plantas transportando especies de distintos países.

Un dato interesante de resaltar es que a nivel mundial existen diversas especies de plantas unas que son más conocidas que otras. En el Ecuador no se conoce



exactamente cuántos viveros existen porque no se ha realizado la respectiva investigación ya que no se le da la importancia que se merece a pesar de que este sector aporta en gran medida al PIB del Ecuador porque es una de las mayores actividades que realizaron los habitantes de Nayón.

Las plantas ornamentales son de varios tamaños y formas que viven y se desarrollan en diferentes lugares del mundo, realizan el proceso de la fotosíntesis absorben el dióxido de carbono transformándolo en oxígeno para la buena respiración de la población.

Uno de los sectores que se dedica a la implementación de viveros de plantas ornamentales es Nayón que se convirtió en parroquia el 17 de junio de 1935 la principal actividad de este sector es la agricultura. La mayoría de los pobladores se dedican a ser pequeños y medianos productores de plantas ornamentales, frutales, medicinales, entre otras. En este sector también se ofrece asesoría de mantenimiento, y decoración de jardines a estas personas se las conoce como planteros. Dentro de estos viveros existe una gran variedad de plantas decorativas.

Esta actividad determina el sustento económico de las familias con el capital que obtienen por las ventas realizadas al día.

Hasta el momento no se tiene un registro preciso de cuando se inició con esta actividad productiva en este sector, pero se piensa que empezó desde muchos años atrás sembrando principalmente productos alimenticios como el choclo, papas, la oca, habas, el chocho. Estos productos se intercambiaban con otras comunidades o eran consumidos por sus dueños.



Muchos de estos microempresarios adaptaron sus casas como como pequeños invernaderos, numerosas especies fueron traídas por extranjeros y otras de las distintas provincias del Ecuador.

Hoy en día esos pequeños sembríos se convirtieron en viveros gracias al Gobierno Parroquial de Nayón que dio a conocer a este sector como Jardín de Quito impulsando de esta forma al turismo nacional y extranjero atraído por la belleza incomparable de las plantas de este sector. Esto como un aporte económico al sector y al país.

En los últimos años Nayón se ha convertido en uno de los lugares más importantes donde se depositan la mayor diversidad de plantas.

Observando la economía de los viveros en Nayón la Teoría Y parece ser la más acertada porque los empleados se comprometen a producir aunque su trabajo no les simpatice mucho por lo tanto es importante buscar que los trabajadores se sientan a gusto con la actividad que realizan de esta manera se puede evaluar su desempeño y mediante la obtención de resultados poder tomar decisiones que mejoren su calidad de trabajo. En diversas ocasiones los empleadores se apropian de forma indiscriminada de la ideas de sus colaboradores lo cual no se permitirá en este vivero por lo contrario se apoyará al trabajador para que se supere profesionalmente y como persona.

No obstante la Teoría Z sería la óptima pero lastimosamente este país y este sector no cuenta con una economía suficiente para todos los costos que implicaría aplicarla.

Las empresas en el Ecuador fueron evolucionando día con día empezando por pequeñas ideas y luego convirtiéndoles en grandes empresas multinacionales. El



Gobierno del Ecuador apoya netamente a la implementación del micro pymes porque de esta manera activa el comercio interno generando nuevas fuentes de empleo disminuyendo así la pobreza por la que atraviesa el Ecuador a pesar de que en los últimos seis años se ha reducido este índice. Para ello el Gobierno Nacional de la República del Ecuador realiza planes y proyectos para que las microempresas se desarrollen y abran sus puertas a más trabajadores porque son la base del desarrollo social de un país, porque generan un valor agregado a los consumidores brindando un buen servicio de venta a los clientes. En América Latina, las microempresas son la principal fuente de empleo se estima que brindan empleo a decenas de personas que tiene un trabajo estable. En el Ecuador, las microempresas empezaron a funcionar desde 1999, la mayor parte de esta gente desempleada opto por implementar sus microempresas. Sin embargo, numerosas microempresas funcionan un par de años y luego cierran, esto se debe al mal manejo administrativo.

Según estudios que se han realizado se dice que las microempresas en el Ecuador tiene un rol muy indispensable en la economía de un país porque producen bienes y servicios innovadores que a pesar de que se encuentran en países subdesarrollados son competitivos porque realizan mejoramientos continuos en la producción esto hace que se adapten a las demandas de los clientes

Para los emprendedores que no tiene conocimiento por completo de cómo implementar una microempresa existe organismos públicos al que pueden acudir como la Superintendencia de Compañías donde les brindan toda la información que se requiera para la aplicación de sus proyectos.

A los viveros de plantas ornamentales se las considera como una microempresa porque en ocasiones el propietario de la empresa labora en la misma, el número de



trabajadores no es mayor de diez personas y además el capital no es lo suficientemente grande. En este tiempo se puede mencionar que el Gobierno apoya a los emprendedores otorgando créditos a través de entidades financieras públicas y privadas para que la aplicación del proyecto sea puesto en marcha con más facilidad y que no se presenten inconvenientes o pretextos para no emplear dicha idea de negocio. Sin dejar de lado que existen capacitaciones gratuitas en entidades públicas acerca del correcto manejo de una microempresa dentro de estas entidades se puede indicar el Servicio de Rentas Internas(SRI), el Ministerio de Agricultura y Ganadería, Superintendencia de Compañías, entre otras.

Esto es un apoyo de primordial importancia para todos los emprendedores del país y en especial para los microempresarios del sector de Nayón que por desconocimiento de aspectos contables y financieros tiene dificultades para ampliar su cartera de clientes y sus beneficios económicos para la estabilidad económica y social del lugar



CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01 Análisis externo

Este análisis se realiza para detectar todas las oportunidades y amenazas posibles de una empresa. Este análisis se lo debe interpretar en base a elementos que componen en el mercado, para un buen análisis es indispensable conocer a todos los involucrados y sus principales características que los definen. Este factor no controla a los elementos que lo conforma pero si influye en la actividad de la empresa y por ello se debe estar preparado frente a estos aspectos que de no tratarlos pueden tornarse peligrosos para el funcionamiento de la empresa. (Enrique, 2004)

2.01.01 Macro-ambiente

Son elementos que tienen efectos contrarios a la competitividad de la organización. Se considera también como una herramienta de vital importancia para conocer lo positivo de la empresa pero también lo negativo, no puede ser controlado por los ejecutivos de la entidad pero pueden ser cambiantes conforme al entorno del país dependiendo de su manejo. (MARTÍNEZ, 2003)

2.01.01.01 Aspectos económicos

Son todos los elementos que afectan al consumidor económicamente porque influye con su poder adquisitivo y en su consumo, dentro de este aspecto se encuentra el crecimiento económico rural, urbano, formando parte primordial en el desarrollo, no son controlados por las entidades y organizaciones.



2.01.01.0101 Inflación

A la inflación se la define como el incremento generalizado y continuo de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda durante un período de tiempo establecido. Este aspecto económico muestra el decremento del poder adquisitivo de las personas disminuyendo la posibilidad para obtener lo que necesitan para sus hogares este factor depende de la economía que posee cada país.

(Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2013)

Tabla 1:

Inflación

FECHA	VALOR
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

ANÁLISIS

Los datos que generan en el último trimestre muestran que el porcentaje de la inflación ha disminuido. La inflación en el Ecuador no es constante cada mes varia por diversos motivos por lo tanto para la micro empresa es DESFAVORABLE porque los futuros clientes no podrán acceder a los productos que no son de primera necesidad. es decir, que no son indispensables.

Figura 1:

Inflación



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

2.01.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor total de los bienes y servicios que produce un país y que es de uso final durante un período de tiempo establecido. Se puede considerar también que sirve como medida para el bienestar de la sociedad de un país, este elemento económico es estudiado por la macroeconomía porque es un tema de interés dentro de una nación. (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2013)

Figura 2:

PIB Sectorial



Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

ANÁLISIS

El PIB en el Ecuador en los últimos tiempos se incrementó pero no para todos los sectores de producción. El sector de la agricultura es uno de los que más ha aportado al PIB ecuatoriano de forma positiva por lo tanto para la empresa es FAVORABLE porque el sector tiene un porcentaje óptimo y aceptable dando como resultado una economía equilibrada para la sociedad.



2.01.01.01.03 Tasas de interés

Es el pago que se estipula sobre el valor que se deposita o se entrega a una persona es conocido también como el “precio del dinero” que el deudor debe pagar al acreedor dentro de un periodo de tiempo estipulado por el Estado que no debe ser mayor, de hacerlo estará infringiendo con la ley sirviendo como garantía sobre el crédito entregado a la persona, se puede mencionar que la tasa de interés actúa como un rédito que se expresa a través de porcentajes de crédito. (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2013).

2.01.01.01.03.01 Tasa de interés activa

Es un porcentaje que las entidades financieras de acuerdo con las normas y leyes deben cobrar por los servicios de crédito prestado a los beneficiarios, se la considera activas porque generan ingresos para estas instituciones financieras se la conoce también como tasa de colocación porque mediante esta tasa las entidades financieras podrán cubrir sus gastos administrativos. (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2013).



Tabla 2:
Tasa de interés activa

FECHA	VALOR
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %
Junio-30-2012	8.17 %
Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-29-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Figura 3:
Tasa de interés activa



Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

ANÁLISIS

Al contar con los pagos que se deberán entregar por los préstamos que serán realizados para la empresa es DESFAVORABLE porque generará disminución en los ingresos de la empresa, dinero que no será reembolsado por la entidad bancaria. Este porcentaje es de carácter obligatorio y no se puede revocar una vez hecho el crédito porque están amparados por las leyes de Bancos y Compañías.



2.01.01.01.03.02 Tasa de interés pasiva

Es la comisión que paga una entidad bancaria a quien deposita montos de dinero de manera que constituya como un ingreso adicional para el dueño de la cuenta, la equivalencia de este porcentaje de pago depende de la cantidad de dinero que se consigne. (Ecuador, 2013)

Tabla 3:

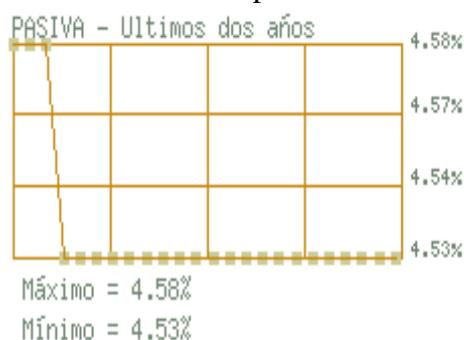
Tasa de interés pasiva

FECHA	VALOR
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %
Diciembre-31-2012	4.53 %
Noviembre-30-2012	4.53 %
Octubre-31-2012	4.53 %
Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	4.53 %
Junio-30-2012	4.53 %
Mayo-31-2012	4.53 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Figura 4:

Tasa de interés pasiva



Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado por: Banco Central Del Ecuador



ANÁLISIS.

Por medio de los porcentajes que se observaron anteriormente se puede determinar que para la empresa es FAVORABLE porque a través de los depósitos que se realizarán en las entidades financieras se obtendrá un ingreso extra para la organización que a pesar de no ser una gran cantidad de dinero puede ayudar para gastos de la organización contribuyendo con el progreso del mismo.

2.01.01.01.04 Balanza comercial

La balanza de pagos es la diferencia entre los productos que un país vende al exterior y los que adquiere de otros países. La balanza comercial incluye todos los gastos de las importaciones que realiza un país y el gasto de inversión nacional en el extranjero, si las importaciones son mayores a las exportaciones la balanza comercial será negativa, pero si las exportaciones son mayores a las importaciones se obtendrá como resultado una balanza comercial positiva obteniendo un punto a favor para cualquier país desarrollado como subdesarrollado, sin importar su condición económica actual. (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2013)



Tabla 4:

Balanza comercial

BALANZA COMERCIAL *

Toneladas métricas y valor USD FOB (en miles)

	Ene - Abr 2010			Ene - Abr 2011			Ene - Abr 2012			Ene - Abr 2013			Variación 2013 - 2012
	a	b	b/a										
	Valor USD Vol.	Valor FOB	Valor unitario	Valor USD FOB									
Exportaciones totales	8,877	5,712,185	643	9,223	7,175,331	778	9,586	8,274,656	863	9,550	8,156,439	854	-1.4%
<i>Petroleras **</i>	44,000	3,163,539	72	45,208	4,116,671	91	48,552	5,107,720	105	46,474	4,556,879	98	-10.8%
<i>No petroleras</i>	2,752	2,548,646	926	2,938	3,058,660	1,041	2,835	3,166,936	1,117	3,071	3,599,560	1,172	13.7%
Importaciones totales	4,465	5,761,704	1,290	4,482	6,906,562	1,541	4,501	7,559,280	1,679	4,957	8,132,118	1,640	7.6%
<i>Bienes de consumo</i>	324	1,178,960	3,640	392	1,401,441	3,579	371	1,554,002	4,188	272	1,485,764	5,466	-4.4%
<i>Materias primas</i>	2,224	1,836,582	826	2,242	2,137,490	954	2,428	2,355,578	970	2,609	2,504,682	960	6.3%
<i>Bienes de capital</i>	146	1,405,080	9,608	173	1,778,880	10,286	177	2,050,690	11,615	182	2,131,420	11,709	3.9%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	1,767	1,282,813	726	1,674	1,542,357	921	1,524	1,583,867	1,039	1,893	1,968,561	1,040	24.3%
<i>Diversas</i>	4.2	24,575	5,799	1.7	13,610	7,883	1.5	13,990	9,263	1.6	21,234	12,974	51.8%
<i>Ajustes ***</i>		33,694			32,784			1,152			20,456		1674.9%
Balanza Comercial - Total		-49,519			268,768			715,376			24,321		-96.6%
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		1,880,726			2,574,314			3,523,853			2,588,317		-26.5%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-1,930,245			-2,305,545			-2,808,477			-2,563,997		8.7%

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

ANÁLISIS

Dentro de este cuadro se desglosa toda la información necesaria para determinar que para la empresa es DESFAVORABLE porque las importaciones no han disminuido a pesar de que este Gobierno estableció aranceles con la intención de frenar las importaciones y no se reducirán mientras el pensamiento de los ecuatorianos no cambie.



2.01.01.01.05 Riesgo país

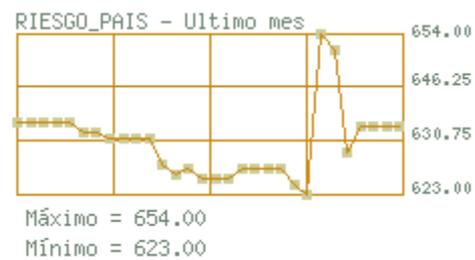
El riesgo país es un concepto económico que se enfoca a analizar la inseguridad que tiene otros países para invertir en el Ecuador por no tener una economía estable, una justicia equitativa, la inflación es alta situando en peligro para las inversiones extranjeras. (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2013)

Tabla 5:
Riesgo país

FECHA	VALOR
Junio-17-2013	636.00
Junio-16-2013	636.00
Junio-15-2013	636.00
Junio-14-2013	636.00
Junio-13-2013	631.00
Junio-12-2013	651.00
Junio-11-2013	654.00
Junio-10-2013	623.00
Junio-09-2013	625.00
Junio-06-2013	628.00
Junio-05-2013	628.00
Junio-04-2013	628.00
Junio-03-2013	628.00
Junio-02-2013	626.00
Junio-01-2013	626.00
Mayo-31-2013	626.00

Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Figura 5:
Riesgo país



Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

ANÁLISIS

De acuerdo con los porcentajes presentados se puede establecer que para la empresa es DESFAVORABLE porque este país no es apto para inversiones, además se le considera como un país moroso frente a los demás pues este gobierno decidió no pagar la deuda externa por este motivo el Ecuador se ubicó en la lista negra de deudas no pagados.



2.01.01.02. Aspecto social

El Ecuador es uno de los países que tiene una economía muy complicada frente a al resto de naciones latinoamericanas pues no se toma conciencia para ser competitivo sin importar la clase social, en ocasiones los ciudadanos no intentan superarse como personas y profesionalmente abriendo nuevas fronteras de estudio compitiendo con otros países ayudando al desarrollo económico y social del Ecuador.

2.01.01.02.01 Desempleo

El desempleo es el porcentaje de personas que no tienen un lugar de trabajo estable por diversas razones. La última encuesta del INEC revela que ocho de cada diez empleos se generaron en el sector privado, esta tendencia se ha mantenido en los últimos años no obstante en este mismo sector no emplean a muchas personas por su nivel de educación. El desempleo es uno de los mayores problemas de este país puesto que las personas que no se encuentran laborando sienten que no son ciudadanos debido al pensamiento que tienen los ecuatorianos. (Benitez, 2013)

Tabla 6:

Desempleo

TASA DE DESEMPLEO EN POR.CENTAJES		
SECTOR	2012	2013
Quito	4.33%	4.44%
Guayaquil	5.93%	5.54%
Cuenca	3.91%	3.69%
Machala	4.59%	4.40%
Ambato	2.33%	3.39%
Sector Rural	4.21%	4.12%

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas y Censos

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



ANÁLISIS

El Ecuador es uno de los países que tiene una tasa alta de desempleo en el sector urbano y rural a pesar de que el Gobierno ha buscado frenar este problema social, no obstante el desempleo se produce por la falta de educación en estos sectores las personas no encuentran trabajo fácilmente por no contar con títulos superiores, dando como resultado un incremento en estas cifras por lo tanto para la empresa es DESFAVORABLE porque las personas no podrán adquirir los productos que se ofertan en el Ecuador.

2.01.01.02.02 Subempleo

El subempleo nace como consecuencia del desempleo por medio de la realización de un trabajo involuntario de medio tiempo y no es valorado como el trabajo a tiempo completo, es causada por la insuficiencia de recursos y a la falta de formación profesional esta clase de trabajo no satisface las necesidades de las personas que las realizan porque en muchas ocasiones no llegan a un salario digno. (Flores, 2006)

Tabla 7:

Subempleo

TASA DE SUBEMPLEO BRUTA		
SECTOR	2012	2013
Quito	35.32%	26.29%
Guayaquil	33.53%	34.21%
Cuenca	33.77%	30.69%
Machala	41.45%	33.45%
Ambato	40.28%	37.89%
Sector Rural	54.26%	50.50%

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos
Elaborado por: Sorayda Pilapaña



ANÁLISIS

El Ecuador es un país que tiene porcentajes de subempleo elevado pero de forma positiva se ha disminuido en el 2013 dando como resultado a que las personas se sienten mejor en sus lugares de trabajo en consecuencia para la empresa es FAVORABLE porque los trabajadores se sentirán mejor cumpliendo con sus tareas generando mejor producción para el Ecuador.

2.01.01.02.03 Migración

Se entiende como migración al desplazamiento de población de un país a otro por causas económicas, sociales o políticas. El objetivo principal de las personas que migran es mejorar su situación económica para ellos y sus familias. (Reyes, 2008)

Tabla 8:

Migración

PAÍS	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ECUADOR	-6,07	-3,11	-2,16	-7,98	-0,81	-0,66	-0,52	-0,39

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS

La migración es proveniente de la falta de oportunidades en salud, educación y economía este aspecto separa a familias enteras y pone en peligro la producción ecuatoriana porque los emprendedores abandonan este país pero en este año se redujo en un buen porcentaje en consecuencia para la empresa es FAVORABLE porque habrá más ecuatorianos que compren los productos que se elaboran en el país valorando así el esfuerzo que otras personas realizan.



2.01.01.03 Aspecto político

Los funcionarios del gobierno de la República del Ecuador dicen que la política económica y financiera ha sido exitosa desde hace cuatro años atrás esto se debe a las gestiones que ha realizado el Gobierno actual para la superación del país.

Se menciona además que este Gobierno ha recibido más dinero que los anteriores por los impuestos que se han aplicado en varios sectores de producción. Los Gobiernos anteriores se debatieron con una gran escasez de recursos financieros, mientras que en el Gobierno actual abundan los recursos debido a que se manejan de mejor forma los mismos.

Hoy en día la economía del Ecuador se ubica en el octavo puesto de los países latinos, anteriormente se realizó negociaciones para firmar el Tratado de Libre Comercio pero todo esto se suspendió al elegir al actual presidente Correa, el mismo que efectuó diferentes negociaciones bilaterales con otras naciones formando parte en estos tiempos de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), del Mercosur y de la Organización Mundial del Comercio (OMC). El Estado ecuatoriano está formado por poderes que son importantes dentro del progreso del Ecuador como son el Poder Electoral, El Poder Legislativo, el Poder Ejecutivo, el Poder de Control social, el Poder de Transparencia y el Poder Judicial.

Cada uno de estos poderes tiene a su director quien dirige y coordina todas las actividades. El Gobierno actual ha reformado varias leyes buscando el bienestar de los ciudadanos pero muchos de ellos no se sienten conformes con las decisiones que ha tomado pues en algunos sectores no ha cumplido con los mandatos ordenados



aprobando una de las más importantes leyes que tiene que ver con la comunicación para buscar un equilibrio entre la verdad y los supuestos. (Pineda, 2013)

ANÁLISIS

El nuevo sistema político que adoptó el Ecuador en los últimos años es diferente al de los Gobiernos anteriores básicamente lo que busca es ayudar al progreso de los sectores de producción pero lamentablemente este nuevo sistema no ha servido a todos estos sectores pero dentro del apoyo para el desarrollo se encuentra el sector de la agricultura en consecuencia para la organización es FAVORABLE porque se tiene un Gobierno que hasta ahora se ha mantenido estable y porque busca el impulso para este sector.

2.01.01.04 Aspecto legal

Las leyes para las microempresas en el Ecuador son varias pero el Gobierno apoya a la implementación de estas pequeñas empresas porque generan ingresos económicos a gran escala para el país.

No presentan mayores problemas al momento de implementarlas porque cuentan con el apoyo del Gobierno actual al ser una actividad emprendedora. Una de las instituciones públicas que rigen estas actividades es El Ministerio de Industria y Productividad(MIPRO) que apoya desarrollo de las microempresas.

La Ley de Compañías de Ecuador establece las pautas a seguir para la creación de empresas y rige reglamentos para una correcta aplicación de proyectos de las pequeñas empresas.



Otro organismo que fomenta la creación y el fortalecimiento de pequeñas empresas es la Superintendencia de Compañías, la misma que realiza capacitaciones para los emprendedores que tiene dudas acerca de la administración de un micro pyme. Pero no todas estas microempresas son legalmente constituidas a falta de información por parte de los Ministerios pertinentes. Existen muchos requisitos que deben ser entregados a la entidad competente certificando que la actividad que va a realizar es lícita y lo que se pretende hacer es generar más empleo en el Ecuador. (Baute, 2013)

Estas leyes otorgan beneficios a estas microempresas exonerando de impuestos pero deben ser calificadas y establecidas correctamente pero no cumplir estos requerimientos perderá todos estos beneficios. El gobierno tiene la obligación de brindar seguridad y la libertad de ingreso a estas microempresas para crear una economía próspera para el presente y futuro.

ANÁLISIS

Este Gobierno es el que más ha apoyado esta actividad buscando el desarrollo del país y de los pequeños productores brindando estabilidad y beneficios para que la implementación no tenga dificultades se puede definir que es FAVORABLE porque cuentan con el apoyo de varias entidades así como el Gobierno de la República del Ecuador accediendo a préstamos y exoneraciones que son de gran ayuda económica para los emprendedores



2.01.01.05 Aspecto tecnológico

El Ecuador presenta un retraso a nivel regional y mundial en el tema de tecnología porque no existen centros de investigación como realizan los otros países por eso este país es considerado como subdesarrollado por que no cuenta con suficientes conocimientos en ciertos temas que son de vital importancia para el crecimiento del Ecuador.

Este país hasta el momento no ha logrado poner en marcha un plan nacional que desarrolle las capacidades y potencialidades en los avances tecnológicos en todas las áreas productivas del país. Sería importante involucrar a las universidades y fomentar el pensamiento de que se debe seguir investigando para ser más competitivos en el mercado internacional.

Este país solo depende de los avances económicos de otros y para obtener estas informaciones el Ecuador debe pagar un valor para traer conocimientos tecnológicos de estos países, en muchas de la ocasiones no se le da la importancia del caso a pesar de que esta es una base importante para el desarrollo de esta nación.

Al realizar un análisis de los cambios que se han presentado dentro de la innovación de la tecnología en el sector de la agricultura no presentan mayores cambios porque este país no cuenta con suficientes recursos para acceder a la tecnología en maquinaria para optimizar la actividad disminuyendo tiempos muertos. (Rodríguez, 2013)

ANÁLISIS

En el Ecuador no existen suficientes recursos económicos para poder acceder a una tecnología que los demás países tienen. De tal manera que para la empresa es

DESFAVORABLE porque no se podrá optimizar el tiempo y los recursos que



tendrá la empresa y además el país no cuenta hasta el momento con un plan o una ayuda para superar este problema que agrieta a varios sectores de producción.

2.01.01.06 Aspecto cultural

EL Ecuador se presenta como un país histórico de gran riqueza cultural. Esto depende de las distintas poblaciones que se asentaron en las regiones del Ecuador el mismo que presentan culturas trascendentales como la Chorrera, Valdivia entre otras así como también en la cerámica, la forma de vestirse, la comunicación, el idioma, las actividades de producción.

Este país es multiétnico y multicultural por contener grandes culturas y contar con una biodiversidad única en el mundo es por ello que los ecuatorianos deben sentirse orgullosos de vivir en este país. (Fernández, 2013)

La diversidad se ve reflejada por los grupos étnicos, los juegos, las artesanías y la cultura de consumo de los ecuatorianos todos estos aspectos han ayudado a que el Ecuador tenga una propia identidad buscando ser diferentes del resto de países.

Otro factor importante en el Ecuador es la gastronomía que a pesar de ser un país pequeño tiene un sinnúmero de platos típicos que depende de cada región donde lo consuman esto se debe a que dentro del país existe mucha comida nativa que es única en el mundo.

ANÁLISIS

Este país es único en el mundo por ser multicultural y multiétnico por todos los factores que la conforman atrayendo a turistas nacionales y extranjeros aportando de esta forma a la economía del país y de los sectores productivos otorgando una



oportunidad de superación por estos motivos para la empresa es FAVORABLE porque las ventas se podrán realizar de forma que se obtenga ganancias seguras en las microempresas.

2.02 Microambiente externo

Son todos los elementos que intervienen durante todo el proceso de generar un valor agregado para el cliente y el producto de manera que se posea en la mente del consumidor haciendo crecer la posibilidad de adquisición de los productos y conocer cuáles serán las posibles ventajas y desventajas que se tendrá en el futuro. (Talaya, 2008)

2.02.01 Clientes

Es la persona que adquiere un servicio o producto a cambio de alguna indemnización a la persona que vende estos servicios o productos. Se dice además que el cliente es la base fundamental para el progreso de una empresa pues de ellos depende que amplíe o no sus actividades siempre y cuando se sientan satisfechos con los productos que se ofertan.



Tabla 9:
Clientes

N	SEGMENTO
1	Hoteles
2	Conjuntos residenciales
3	Parques
4	Supermercados
5	Centros comerciales
6	Iglesias
7	Florerías
8	Restaurantes
9	Escuelas y colegios
10	Universidades e Institutos
11	Jardines infantiles
12	Municipio
13	Edificios
14	Hosterías

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS

Los clientes son importantes dentro de una empresa y como se puede observar existe en la tabla varios posibles clientes y por medio de la aplicación de las estrategias correctas podrán llegar a ser clientes reales se puede determinar que para la empresa es FAVORABLE porque se puede contar con lista de apropiada que pueden llegar a generar ganancias en la actividad.

2.02.02 Proveedores

Se considera como proveedor a la persona o personas que suministran de todo lo necesario para producir un producto o servicio. No solo puede dotar de productos a una empresa también pueden ser servicios de forma habitual como el internet, telefonía móvil o contratos según sea el caso.



Tabla 10:

Proveedores

N	POSIBLES PROVEEDORES
1	DISTRIBUIDORA DE PLÁSTICOS CÍA. LTDA. DISPLAST® Norte: Av 10 de Agosto N30-96 y Cuero y Caicedo esq.
2	MAXPLASTIC DISTRIBUIDORES DE PLASTICOS DESCARTABLES Norte :Av. el Labrador N130 y Rio Coca
3	AGROVITAL Norte: Santa Anita sector de Nayón
4	SUPER CENTRO FERRETERO KIWI Norte: Av 6 de Diciembre y Rio Coca
5	PYKA Av. 10 de Agosto y Nicolás Joaquín Arteta

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS

Al observar la lista de posibles proveedores se puede determinar que es FAVORABLE porque las direcciones de estas empresas están cerca del lugar en donde se implementará el vivero de plantas, el acceso a estas empresas será más fácil reduciendo los costos que implica transportar algún material para la producción de un bien o servicio.

2.02.03 Competidores

Son las personas o entidades que se dedican a realizar lo mismo que hace otra persona o entidad satisfaciendo las mismas necesidades del consumidor caracterizando por el servicio y producto que realizan buscando sacar del mercado a su rival. (Philip, 2002)



Tabla 11:
Competidores

VIVEROS	
1	Vivero " El Girasol"
2	Viveros "Gualichicomín y Gadway"
3	Vivero "Camila"
4	Vivero "Esteban"
5	Vivero "Picaflor"
6	Vivero "Tulipanes"
7	Vivero "Serví Plantas"
8	Vivero " Los Laberintos"

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS

La lista de los competidores es amplia y ellos ofrecen hasta el momento ofrecen productos y servicios similares al que la empresa va a realizar otorgando asesorías de mantenimientos de plantas a los clientes para la empresa constituye un factor DESFAVORABLE porque de esta manera será más difícil vender las plantas, ya que la competencia puede mejorar e innovar sus productos y servicios.

2. 03 Matriz FODA

Se puede definir como una herramienta para que la empresa pueda establecer sus aspectos positivos y negativos con los cuenta o podría contar para que tenga problemas. Siendo una metodología de estudio ayuda a analizar las características internas y externas de la organización, además otorga información necesaria para conocer la situación real de la empresa.



Tabla 12:

Matriz FODA Oportunidades

VARIABLE	ÍMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Producto Interno Bruto		X	
Tasa de interés pasiva		X	
Subempleo	X		
Migración		X	
Aspecto político	X		
Aspecto legal	X		
Aspecto cultural	X		
Clientes	X		
Proveedores	X		
Competidores	X		

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Tabla 13:

Matriz FODA Amenazas

VARIABLE	ÍMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Inflación	X		
Tasa de interés activa		X	
Balanza comercial		X	
Riesgo país		X	
Desempleo	X		
Aspecto tecnológico	X		

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

2.04 Propuesta de planeación estratégica

Es una herramienta que permite evaluar la condición actual de una organización a través de información que debe ser verídica para posteriormente poder tomar decisiones que lleven al éxito empresarial, permite además conocer los problemas que se pueden suscitar en un momento dado a través de la aplicación de un plan de contingencia que servirá de gran ayuda para alcanzar los objetivos propuestos.



La planeación estratégica puede medir la competitividad para anticipar la dirección futura de la empresa y depende de la información interna y externa de la organización. (David, 2003)

2.04.01 Misión

El vivero de plantas ornamentales "LAS GARDENIAS" busca ofrecer una amplia diversidad de plantas ornamentales por medio de una producción y servicio de calidad enfocándose en la satisfacción del cliente aportando con el cuidado del medio ambiente.

2.04.02 Visión

Ser en los próximos cinco años el vivero de plantas más reconocido a nivel local en producción y comercialización de plantas ornamentales a través de la innovación de los productos y servicios que beneficien al cliente y al medio ambiente.

2.04.03 Objetivos

Es la finalidad a dónde quiere llegar la empresa fijando metas, propósitos y fines en cuanto a su imagen. En ocasiones al objetivo se puede considerar como el punto final de un programa administrativo. (Arrieta, 2013)

2.04.03.01 Objetivo general

Contribuir al desarrollo económico de Nayón por medio de la satisfacción de los clientes cumpliendo con sus expectativas de compra, ofreciendo productos (plantas ornamentales) y servicios diferentes al resto de la competencia, incentivando al cuidado y mantenimiento del ecosistema.



2.04.03.02 Objetivos específicos

- ✓ Producir y comercializar plantas ornamentales de calidad
- ✓ Contribuir con el cuidado del medio ambiente
- ✓ Incentivar la actividad emprendedora en el país.
- ✓ Determinar mediante un estudio de mercado a los clientes potenciales
- ✓ Desarrollar estrategias de marketing para las ventas futuras.

2.04.04 Principio y valores

- ✓ **SERVICIO AL CLIENTE:** se brindará al cliente el mejor trato durante la instancia en el vivero, a través de una comunicación adecuada entendiendo al cliente lo que desea adquirir para que se sienta a gusto en la empresa.
- ✓ **PRODUCTIVIDAD:** se trabajará en base a la calidad y respeto entre colaboradores de la empresa, siendo responsables con las tareas encomendadas aplicando ética en el trabajo haciendo que los trabajadores se sientan orgullosos al formar parte de esta microempresa
- ✓ **INNOVACIÓN:** se buscará siempre innovar en el servicio y productos para cumplir con las expectativas del cliente para que este vivero destaque dentro de la competencia.
- ✓ **RESPECTO:** se guardará respeto entre superiores y colaboradores manteniendo la igualdad de género, respetando los derechos que tiene cada uno de los miembros de la microempresa.
- ✓ **EFICIENCIA:** se utilizará una forma adecuada para alcanzar los objetivos propuestos en la organización, por medio del trabajo en equipo aportando todos los trabajadores con nuevas ideas que serán recompensadas.



- ✓ **HONESTIDAD:** se actuará con transparencia guiando las acciones con rectitud y que los empleados mantengan la confidencialidad de la información que maneja la empresa.
- ✓ **COMPROMISO:** se aplicará al máximo todo el esfuerzo y potencial para ofrecer al cliente un sentido de compromiso y responsabilidad con ellos.
- ✓ **LIDERAZGO:** a través de la motivación y desarrollo de actividades para mejorar los procesos de producción y comercialización en base a las debilidades de la competencia.
- ✓ **EXCELENCIA EN LA GESTIÓN:** pretendiendo ser mejores cada día, por medio del trabajo en equipo y aplicando el mejoramiento continuo
- ✓ **RESPONSABILIDAD:** cumpliendo oportunamente con las órdenes de compra impactando positivamente al cliente para conseguir su fidelización.

2.04.05 Políticas

SALUD OCUPACIONAL.

- El vivero velará por la salud de todos los trabajadores otorgando permisos si para visitas al médico y en caso de emergencias se brindará todo el apoyo económico y moral para salvaguardar la integridad de los trabajadores
- La empresa otorgará un adecuado clima laboral con el fin de evitar problemas de estrés a los trabajadores procurando el buen trato entre todos los empleados.
- Todos los trabajadores estarán obligados a cumplir con las políticas que se emiten en la microempresa para cumplir con los objetivos planteados.



DE INFRAESTRUCTURA

- Los empleadores y trabajadores buscarán la actualización de las instalaciones relacionados con el material y todos los recursos con los que contará la microempresa de forma que se preserven de mejor manera.
- Todos los trabajadores deberán en lo posible cuidar del vivero de manera que se mantenga limpio evitando botar basura para no contaminar el ambiente.
- Ningún trabajador deberá hacer saber a personas ajenas de las actividades realizadas en la microempresa solo en momentos de emergencia ya que esta información es de responsabilidad de la entidad.

DE MANTENIMIENTO EMPRESARIAL

- Todos los empleados estarán obligados a mantener en buen estado su área de trabajo para un mejor desempeño laboral.
- Los trabajadores deberán cuidar la maquinaria y herramientas que se les entregará y en caso de un mal funcionamiento de las mismas deberá ser reportado la avería.
- Comunicar inmediatamente los superiores si se observa alguna anomalía dentro su área de trabajo

DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

- Los trabajadores estarán obligados a utilizar todos los equipos necesarios para cuidar su salud y que el trabajo no sea perjudicial.
- Ningún empleado del vivero podrá retirar alguna señal que indique peligro para el bienestar de todos.



- En caso de accidentes graves se deberá notificar a los superiores para la respectiva atención requerida por el herido e inmediatamente llamar a los familiares.

DE HORARIOS

- Todos los trabajadores deberán respetar de ingreso y salida terminando con puntualidad la jornada de trabajo, de no cumplir con este mandato se enviará un memo notificando lo sucedido.
- De faltar por varios días sin justificación el empleador tendrá la potestad de despedir al trabajador por su incumplimiento laboral
- Todos los trabajadores tendrán derecho a una hora de almuerzo, no deberá sobrepasarse de este tiempo de hacerlo será multado con el 5% de su sueldo.

DEL SERVICIO AL CLIENTE

- Los trabajadores encargados de esta área deberán resolver todas las inquietudes de los clientes vertiendo información necesario para resolver dudas de los mismos.
- Los clientes podrán presentar quejas a la administración sobre la mala atención del personal encargado de esta sección.
- Los trabajadores deberán tratar de la mejor manera a los clientes de manera que se sientan satisfechos por la atención brindada y obtener de esta forma la fidelidad de los clientes.



DE RECURSOS HUMANOS

- Todos los trabajadores podrán solicitar sus pagos respectivos por los trabajos realizados en el vivero.
- Los empleados y empleadores podrán asistir a capacitaciones realizadas fuera o dentro de la organización
- La organización evaluará a los trabajadores sobre las capacitaciones a las que asistieron para medir el grado de conocimiento.

DE CALIDAD DEL PRODUCTO

- Los productos deberán ser elaborados bajo normas de calidad con la intención de ofrecer una garantía al cliente.
- Los productos deberán cumplir con las expectativas y exigencias de los clientes sirviendo como llave para el éxito de la organización.
- Los trabajadores procurarán ofrecer al cliente un producto perfecto utilizando procesos óptimos para el desarrollo del mismo.

DE INVENTARIO

- El trabajador encargado de esta función deberá realizar el inventario cada semana, informando si existen inconvenientes en el conteo.
- Los registros de inventario deberán ser presentados a los superiores para la verificación respectiva.
- Las plantas que no se encuentren en buen estado serán separadas de las otras. Estas acciones deberán constar en el registro de inventarios.



DE PRODUCCIÓN

- Los trabajadores deberán producir lo que el empleador disponga durante el tiempo laboral en la entidad.
- Se producirá únicamente lo necesario e impedir que las plantas se queden en stock y tengan el riesgo de dañarse.
- Se deberá llevar un registro de producción de cada trabajador para posteriormente evaluar el desempeño de cada uno de ellos.

2.04.06 Gestión administrativa

2.04.06.01 Organigrama estructural

Tabla 14:

Organigrama estructural



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

2.04.06.02 Manual de funciones

GERENCIA

- Planificar el trabajo de la organización
- Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la organización
- Organizar el trabajo de toda la empresa



- Dirigir al equipo de trabajo
- Controlar cada uno de los procesos
- Tomar decisiones
- Elaborar presupuestos
- Aprobar presupuestos
- Coordinar los departamentos de la empresa

ADMINISTRADOR

- **Planificar:** Establecer los objetivos organizacionales, metas parámetros, políticas empresariales
- **Organizar:** Definir de qué manera la empresa se armará y enfrentará a los proyectos en la cual esta participa
- **Dirigir:** Relacionar los objetivos empresariales con los objetivos del personal, de manera de lograr conseguir motivación y gran participación de los empleados de la empresa.
- **Controlar:** Verificar que los parámetros fijados se estén cumpliendo, así como corregir las desviaciones de las metas.

OPERARIO

- Cumplir con la producción establecida por los superiores.
- Dar aviso cuando faltare material de trabajo.
- Cuidar de las herramientas y materiales de trabajo.
- Asistir a las capacitaciones designadas por los ejecutivos
- Cumplir con el horario de trabajo.
- Diseñar nuevas formas de trabajo.



- Despachar los productos vendidos.
- Control de calidad del producto.

2.04.06.03 Perfil del puesto

Tabla 15:

Perfil del puesto (gerente)

GERENTE	Requisitos	Actitudes
	Edad entre 30 a 35 años	Trabajo en Equipo
	Género Indistinto	Líder
	Estado civil casado	Iniciativa propia
	Experiencia mínima de 2 años en el puesto	Trabajar bajo presión
	Estudios Profesionales en administración o a fines	Objetivo

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Tabla 16:

Perfil del puesto (administrador)

ADMINISTRADOR	Requisitos	Actitudes
	Sin límite de Edad	Trabajo en Equipo
	Género Indistinto	Responsable
	Experiencia de 2 años en el puesto	Trabajar bajo presión
	Estudios profesionales	Creativo

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Tabla 17:

Perfil del puesto (operario)

OPERARIO	Requisitos	Actitudes
	Edad entre 20 a 25 años	Trabajo en Equipo
	Género masculino	Líder
	Estado civil: alternativo	Iniciativa propia
	Experiencia de 1 años en el puesto	Trabajar bajo presión
	Estudios Profesionales en administración o a fines	Objetivo

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



2.04.06.04 Reclutamiento del personal

✓ Requerimiento

El requerimiento del personal estará a cargo de todos los socios que conforman la empresa para ponerla en marcha y desarrollar correctamente todas de sus actividades.

✓ Convocatoria

Se realizará la convocatoria del personal mediante anuncios en el comercio o mediante recomendaciones personales o acudiremos a agencias de empleos.

✓ Recepción de Documentos

La recepción de documentos de cada uno de los aspirantes al cargo se la realizará en las instalaciones de la empresa en los horarios de 9:00 a 12:00 y de 13:00 a 16:00.

✓ Preselección

El proceso de preselección del personal se lo hará verificando los aspirantes que más se ajusten con el perfil del cargo o cumplan con por lo menos el 80% de los requerimientos establecidos.

2.04.06.05 Selección del puesto

✓ Factores de Evaluación

Los factores que se evaluarán principalmente son:

- Experiencia en el puesto para los puestos que así lo requieran.
- Estudios Académicos relacionados con los puestos requeridos.



✓ Entrevista

Se proporcionara toda información básica sobre la organización y la vacante, además acerca del sitio de trabajo, las horas de trabajo, el sueldo, prestaciones y otros aspectos.

Algunas de las preguntas que se realizarán:

¿Por qué desea obtener este puesto?

¿Por qué quiere trabajar en esta empresa?

¿Está empleado actualmente? Si la respuesta es no

¿Cuánto tiempo tiene desempleado?

¿Por qué está desempleado?

¿Porque considera que deberíamos contratarlo?

✓ Evaluación

Posteriormente se procederá a evaluar cada una de las respuestas de los aspirantes al puesto para determinar el mejor personal para la empresa.

✓ Selección

Se seleccionará a las personas que además de cumplir con los requerimientos establecidos tengan un criterio personal de porque es importante pertenecer a la empresa y tengan a la misma como parte de su vida y se pongan la camiseta.



✓ Verificación de Datos

Una vez Seleccionado el personal que pertenecerá a la empresa y formará parte de ella se procederá a verificar los datos receptados en el proceso de reclutamiento para obtener información verídica de cada uno de los empleados.

✓ Contratación

Se realizará un contrato de prueba, con el fin de evaluar directamente su desempeño en su nuevo puesto, además de su capacidad para relacionarse con sus nuevos jefes, una vez aprobado automáticamente se creará un contrato por tiempo indefinido.

✓ Inducción

El empleado tendrá una semana de inducción para darle a conocer todo lo relacionado con la empresa y lo que se relaciona con su puesto de trabajo, así como los deberes y obligaciones dentro de la empresa.



2.04.06.05 Evaluación de desempeño

Tabla 18:

Evaluación de desempeño

ACTIVIDADES	GERENCIA			ADMINISTRADOR			OPERARIO		
	S	A	N	S	A	N	S	A	N
El personal llega a tiempo a la empresa.		X		X			X		
Cumple con las actividades encomendadas.	X			X				X	
Cuida las instalaciones de la empresa.	X			X				X	
Se preocupan por cumplir a tiempo con las actividades.	X			X				X	
Hay respeto por sus compañeros de trabajo.	X			X			X		
Cumplen con las políticas y reglas de la empresa.	X			X				X	
Se preocupan por cuidar los materiales.		X			X		X		
Mantienen limpio su espacio de trabajo.	X			X			X		
Se preocupan por la imagen corporativa.	X			X			X		
Respetan y cuidan las otras áreas.	X				X			X	
Cuidan el prestigio de la organización.	X			X			X		
Mantienen contacto con las otras áreas.	X			X			X		
Informan a las otras áreas sobre temas de interés.		X		X			X		

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Significados:

S = Siempre

A = A veces

N = Nunca

2.04.07 Gestión operativa

CADENA DE VALOR DEL VIVERO DE PLANTAS ORNAMENTALES

"LAS GARDENIAS."

Tabla 19:

Gestión operativa



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

2.04.08 Marco legal

REQUISITOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA MICROEMPRESA

Todas las empresas sin importar su tamaño deben tener sus respectivos permisos para su correcto funcionamiento dictado por las entidades públicas.



LICENCIA METROPOLITANA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

PERMISO USO DE SUELO

Es una autorización emitida por el Municipio de Quito con el objetivo de que las personas que realizan actividades económicas puedan usar el suelo donde está ubicado su negocio a fin de regular a los comerciantes informales. (Quito, Municipio de Quito, 2013)

- Formulario del Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (retirar en la ventanilla)
- Copia de Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación actualizado del propietario
- Copia del Pago del Impuesto Predial actualizado
- Copia del Informe de Regulación Metropolitana (Línea de Fábrica - IRM)

RUC (REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES)

Es un documento cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria. Se utiliza un número de identificación para personas naturales y jurídicas que realicen alguna actividad económica. (Quito, 2013)



- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad.

LA LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

Es el documento que habilita a las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizando el funcionamiento de sus establecimientos, en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, y las inspecciones y controles realizados por el Cuerpo de Bomberos.

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Es la autorización de emiten los bomberos para el funcionamiento de las organizaciones, ellos serán los encargados de entregar a los dueños de las entidades los equipos necesarios para evitar accidentes. (Quito, 2013)



- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

PATENTE MUNICIPAL

Es documento que se obtiene en el Municipio de Quito, debe ser renovada cada año dependiendo del lugar en donde se encuentre la organización. (QUITO, 2013)

- Copia de la cédula y nombramiento del representante legal
- Copia de la papeleta de votación.
- Copia del RUC
- Formulario de la solicitud de la patente.

PERMISO DE ROTULACIÓN

Es un documento en donde se autoriza a las empresas para ubicar su publicidad en sectores determinados.

- Copia del último permiso de publicidad
- Declaración jurada del cumplimiento de reglas técnicas
- Croquis de ubicación
- 4 fotografías, plano de la estructura de sustentación
- Póliza de seguros.



2.04.09 Gestión comercial

NOMBRE COMERCIAL

“LAS GARDENIAS”

El nombre se caracteriza por tener las siguientes pautas:

- **Descriptivo:** describe claramente a lo que se dedica la microempresa porque lleva el nombre de una planta que es muy conocida.
- **Original:** porque no existe otro vivero con este nombre en el sector.
- **Atractivo:** este nombre hace que el consumidor se sienta atraído por saber de qué se trata la microempresa.
- **Claro y simple:** es fácil de entender y no se complica al momento de pronunciarlo.
- **Agradable:** por ser un nombre corto y claro es de fácil recordación.

ESLOGAN

“LA NATURALEZA EN TI”

Se tomó en cuenta este eslogan porque describe lo que muchas personas llevan dentro es decir, la responsabilidad y el respeto que tienen hacia la naturaleza

Figura 6:
Logotipo del vivero



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ESTRATEGIAS

MIX COMERCIAL; es un conjunto de herramientas que sirven para dar a conocer un producto, conocido también como mezcla de mercadotecnia y se compone de cuatro elementos que son: Producto, Precio, Plaza, Promoción

(Parreño, 2006)

PRODUCTO: es el principal elemento de progreso de la entidad y contará con una diversidad de plantas de manera que los clientes se sientan atraídos por las diferentes especies de plantas con las que contaremos, el atributo más importante con el que cuenta el producto es el aporte al medio ambiente y la armonización de los hogares.

ESTRATEGIA DE PRODUCTO: para la estrategia de producto se efectuará una investigación de cuales especies son las que más gusta a los clientes ofreciendo garantías sobre los plantas a los clientes de manera que si no se sienten satisfechos tendrán opciones de cambiar al producto siempre y cuando tengan razones que sean las adecuadas. Dentro de la identificación del producto se elaboró el logotipo, el slogan y el nombre de producto creado con la intención de que el cliente identifique mejor a la empresa y a los productos.

Figura 7:

Variedades de plantas



Elaborado por: Sorayda Pilapaña



BENEFICIOS

Los beneficios de las plantas ornamentales son las siguientes:

- **Fotosíntesis:** este proceso permite absorber el dióxido de carbono y que este se transforme en oxígeno permitiendo la renovación del aire.
- **Incrementa la humedad en el aire:** las plantas aumentan la humedad en el aire evitando irritaciones en la garganta.
- **Combaten la polución:** absorben los gases nocivos transformándolos en nutrientes.
- **Reducen la sensación de fatiga:** absorbiendo el exceso de aire en un 20%.
- **Aminoran el ruido:** se puede decir que reducen el sonido en lugares cerrados y suelos duros.
- **Es un estimulante sano y natural:** porque permite aplicar la aromaterapia y por sus colores crean una sensación de bienestar.

PRECIO: es un elemento muy importante para el desarrollo de la empresa pues será este aspecto quien genere rentabilidad o pérdida de acuerdo a la conformidad del cliente.

ESTRATEGIA DE PRECIO: se realizará un estudio para verificar cuales son los precios actuales de la competencia por medio de la observación y actuando como clientes de esta forma la información obtenida será real y se podrá tomar decisiones para establecer un precio que esté acorde a la competencia y que al mismo tiempo genere rentabilidad a la organización. Para fijar el precio se tomará en cuenta todos los costos y gastos incurridos en la producción de plantas de forma que sean accesibles para los clientes por medio de la optimización de recursos de manera que se disminuye los costos y gastos.

Figura 8:

Precios de plantas

Plantas pequeñas	Plantas medianas	Plantas grandes
		
<p>Desde 1,505ctvs en adelante</p>	<p>Desde 3,00\$ en adelante</p>	<p>Desde 5,00\$ en adelante</p>

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



PLAZA: se utilizará canales de distribución directo es decir que no se utilizará intermediarios si no es necesario esto en base a los objetivos planteados anteriormente. El vivero estará ubicado en la parroquia de Nayón.

ESTRATEGIA DE PLAZA: se fijará la cobertura que deseamos cubrir en el mercado para elaborar planes a futuro, se utilizará una plaza de distribución corto de manera que los costos no se eleven. Los productos se ubicarán en lugares visibles de manera que los clientes puedan observar las diferentes de plantas que les ofrece y puedan tener una idea de lo que se pretende vender.

Se contará además con una línea de teléfono directa para sugerencias, comentarios, reclamos o dudas sobre los productos y servicios que se ofrecerán.

Además se realizará convenios con supermercado como Supermaxi, Santa María, y Kiwi de manera que los productos puedan ser vistos por clientes de todas clases sociales que acudan a sus compras diarias.

Figura 9:

Plaza de distribución en Kiwi



Figura 10:

Plaza de distribución en Santa María



Figura 11:

Plaza de distribución en Supermaxi



PROMOCIÓN: se establecerá herramientas de comunicación para incentivar al cliente que adquiera los productos.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN; se aportará la estrategia de promoción e imagen publicitaria la misma que servirá como un medio importante para dar a conocer de los servicios y productos que se brindarán dentro de los cuales se encuentran los siguientes.

RÓTULO PUBLICITARIO: se utilizará el siguiente rótulo publicitario donde se informará brevemente lo que la empresa ofrece, utilizando el logotipo y el slogan para que los clientes puedan apreciar los productos. El costo de este rótulo será de 70 dólares que será realizado en un material de lona, el mismo que será ubicado en la entrada principal del vivero con un tamaño de 3 * 2 metros.

Figura 12:

Rótulo publicitario



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Fuente: "Cromatic"

HOJAS VOLANTES: se distribuirá hojas volantes a colores en las terminales de transporte, en las fiestas patronales de Nayón es decir, en donde haya afluencia de personas. Las hojas volantes tendrán un costo de 70 dólares por 500 unidades.



Figura 13:

Holas volantes



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Fuente "Cromatic"

FUNDAS PUBLICITARIAS: se usará fundas plásticas con el logotipo de la empresa para que los clientes que adquieran las plantas por unidad se sientan cómodos, no se manchen con la tierra y puedan transportar las plantas sin complicaciones. De igual manera se realizarán 500 unidades por un valor de 30 dólares.

Figura 14:
Fundas publicitarias



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Fuente, Displast "S.A"

PÁGINAS EN FACEBOOK:

- Los **anuncios de Facebook** permiten que la empresa pueda crear campañas de promoción personalizables dirigidas a un grupo demográfico específico.
- **Todos los anuncios de Facebook se ejecutan con un botón "Me Gusta"**, lo que puede aumentar la eficacia de la campaña de marketing cuando un usuario hace clic en él. Se puede obtener más información de la satisfacción que tienen de nuestros clientes ya que damos la opción de que dejen su opinión acerca de nuestro producto.

Figura 15:

Páginas en Facebook de vivero



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

PAGINA WEB: Gracias a la WEB permite dar mayor información de la empresa, productos y servicios que se ofrecen permitiendo estar a disposición a más de 700 millones de personas en todo el mundo.

Los clientes pueden buscar cómodamente desde la casa u oficina toda la información sobre la empresa, mirar imágenes, videos, etc.

www.lasgardenias.com

Figura 16:

Páginas web del vivero



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

TARJETAS DE PRESENTACIÓN: Estas tarjetas servirán para brindar una información de forma breve a los clientes. Las medidas serán de 4 cm de largo por 7 cm de ancho. De la misma manera se imprimirán 500 ejemplares por un valor de 50 dólares, que serán entregadas a los clientes que ingresan al vivero.

Figura 17:

Tarjetas de presentación



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Fuente "Cromatic"

TRÍPTICOS: Esta herramienta de publicitaria contendrá información clara acerca del vivero ornamental se realizarán 500 ejemplares por un precio de 100 dólares que serán entregados estratégicamente a las personas que pueden llegar a ser clientes futuros.



Figura 18:
Trípticos



VISION

Ser en los próximos cinco años el vivero de plantas más reconocido a nivel local en producción y comercialización de plantas ornamentales a través de la innovación de los productos y servicios que beneficien al cliente y al medio ambiente.

MISION

El vivero de plantas ornamentales "LAS GARDENIAS" busca ofrecer una amplia diversidad de plantas ornamentales por medio de una producción y servicio de calidad enfocándose en la satisfacción del cliente aportando con el cuidado del medio ambiente.

BENEFICIOS

Los beneficios de las plantas ornamentales son las siguientes:

- Fotosíntesis: este proceso permite absorber el dióxido de carbono y que este se transforme en oxígeno permitiendo la renovación del aire.
- Incrementa la humedad en el aire: las plantas aumentan la humedad en el aire evitando irritaciones en la garganta.
- Combaten la contaminación: absorben los gases nocivos transformándolos en nutrientes.
- Reducen la sensación de fatiga: absorbiendo el exceso de aire en un 20%.
- Aminoran el ruido: se puede decir que reducen el sonido en lugares cerrados y suelos duros.
- Es un estimulante sano y natural: porque permite aplicar la aromaterapia y por sus colores crean una sensación de bienestar.

"NOS PREOCUPAMOS POR ARMONIZAR TUS AMBIENTES"

PORQUE SABEMOS QUE TU SALUD ES LO MAS IMPORTANTE

LAS GARDENIAS




Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Fuente" Cromatic"



CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.01 Análisis del consumidor

Se trata de conocer como es la conducta del consumidor porque no todos son iguales sus necesidades y deseo son el resultado de las características propias de cada persona, gracias a este análisis se puede determinar varios beneficios para la empresa y que pueda tomar decisiones respecto a su producto o servicio que pretende ofrecer. (Artega, 2009)

3.01.01 Criterios para segmentar

DEMOGRÁFICO

Se basa en condiciones de edades, el ingreso económico, el tamaño de la familia.

Sirve para diferenciar al mercado siendo uno de los elementos más utilizados para segmentar, los investigadores de mercado pueden acudir al Instituto de Nacional de Estadísticas y Censos a pedir información pues ellos contienen datos reales sobre los consumidores. (Maldonado, 2007)

Para este trabajo de investigación el proyectista tomó como referencia el aspecto demográfico porque en el se refleja datos importantes como las edades, ingresos económicos, el tamaño de familia a fin de facilitar la segmentación de mercado para obtener datos con mayor facilidad.

GEOGRÁFICO

Se trata de dividir los mercados por zonas así por ejemplo: el tamaño de la ciudad, el clima y zona del país. En ocasiones las empresas segmentan sus mercados geográficamente para saber sobre las preferencias de compra de los clientes y cada que tiempo lo hacen. (Véles, 2007)



A través de este aspecto el investigador pudo determinar la localización exacta en donde se realizará la respectiva obtención de datos por medio de la segmentación del lugar en donde viven los posibles clientes de la microempresa.

PSICOGRÁFICA:

Implica un análisis de las características del estilo de vida, las actitudes y la personalidad de cada persona tomando en cuenta los valores que son un elemento esencial porque sustentan las actitudes y conductas de la gente. (Vega, 2006)

Este aspecto se tomó en cuenta porque arroja información real acerca de la población que va a ser estudiada durante la ejecución del estudio de mercado, con la finalidad de adquirir información para el proyectista.

3.01.02 Determinación de la población y muestra

3.01.02.01 Población

Es el conjunto de individuos que tiene características en común siendo motivo de estudio para una investigación que se desea desarrollar. Es muy importante clasificar a la población en finita e infinita.

Población finita: se determina cuando se conoce el número exacto de personas o individuos que se van a estudiar.

Población infinita: se determina cuando no se conoce el número exacto de individuos motivos a estudio. (Palma, 2004).

Figura 19:

Ubicación de la población



Elaborado por: Distrito Metropolitano de Quito

Tabla 20:

Población segmento

N	SEGMENTO	CANTIDAD TOTAL
1	Hoteles	1500
2	Conjuntos residenciales	800
3	Parques	600
4	Supermercados	700
5	Centros comerciales	500
6	Iglesias	1000
7	Florerías	700
8	Restaurantes	1000
9	Escuelas y colegios	1500
10	Universidades e Institutos	800
11	Jardines infantiles	9000
12	Municipio	1
13	Edificios	5000
14	Hosterías	2000
TOTAL		17001

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



3.01.02.02 Muestra

Es el número de personas que realmente serán objetos de estudio es decir, es un subconjunto de la población total. La muestra debe ser representativa de la población y para ello es muy importante escoger técnicas adecuadas para aplicar un muestreo adecuado. (Palma, 2004)

El proyectista tomó en cuenta la siguiente fórmula para determinar la muestra:

FÓRMULA:

$$n = \frac{N}{(N-1)E^2-1}$$

Total población (segmento) 17001

$$n = \frac{17001}{(17000)(0,0025)-1}$$

$$n = 400,31 \longrightarrow 400.$$

3.01.03 Técnicas de obtención de información

Son procedimientos que los analistas utilizan con el fin de recopilar los datos sobre una situación existente, dentro de las técnicas más importantes se encuentran: la entrevista, el cuestionario, la inspección de registros, y la observación por lo



general los investigadores utilizan de dos a tres métodos para obtener la mayor información posible y real sirviendo como complemento cada uno de ellas.

(Maldonado, 2007)

Para el presente proyecto se utilizará como técnica la **ENCUESTA** para obtener una mayor información de la investigación a realizarse.

3.01.03.01 Encuesta

Es un método que se utiliza por medio de interrogaciones procurando conocer información sobre el grupo investigado, justificando la conveniencia y utilidad de la encuesta para la entidad interesada. La encuesta es un proceso de investigación que proporciona suficiente información para tomar decisiones. (Díaz, 2001)

3.01.03.02 Objetivo de la encuesta

El objetivo de la encuesta es obtener información relativa sobre población motivo de estudio mediante la aplicación de un proceso de interrogación y registro de datos personales. Es importante que para tener éxito en la encuesta es necesario utilizar un cuestionario para definir información no es necesario conocer la opinión textual de la persona sino conocer la posición mental en relación a algo o alguien. (Díaz, 2001).

3.01.03.03 Características de la encuesta

Tiene las características de ser consiente y planeada para indagar sobre hechos reales, conocimientos, opiniones y juicios. La encuesta puede ser oral o escrita y las preguntas deben ser previamente diseñadas con preguntas claras y sencillas para el encuestado. (Díaz, 2001)



3.01.03.04 Importancia de la encuesta

La encuesta es uno de los procedimientos más utilizados porque permite conocer lo que piensan las personas por medio de preguntas bien establecidas y estructuradas y para ello se necesita de una amplia experiencia en el tema. (Díaz, 2001)

3.01.03.05 Modelo de encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

"LAS GARDENIAS"

Objetivo: obtener información estadística acerca de la aceptación de un vivero ornamental, el mismo que tendrá un fin académico para poner en marcha los conocimientos adquiridos en la institución.

Marque con una X en la casilla correspondiente

Sexo: a) Masculino b) Femenino

Edad: a) 18-28 b) 29-39 c) 40- 50 d) 50 -más

Ocupación: a) Empresario b) Empleado Público
c) Empleado Privado d) Ama de casa

1) ¿Creé usted que la conservación de la naturaleza es tarea de todos?

a) Si b) No

2) ¿Dentro de los ambientes en su oficina u hogar cuenta usted con espacios para jardineras o similares?

a) Si b) No

3) ¿Conoce o ha visitado alguna vez un vivero de plantas ornamentales?

a) Si b) No

4) ¿De qué manera obtiene información sobre los lugares donde se puede adquirir plantas ornamentales o de otras especies?

a) Hojas volantes d) Televisión
b) Páginas web e) Rótulos publicitarios
c) Radio



5) ¿Cuál es el nivel de satisfacción con los productos y servicios que ofrecen sus proveedores de plantas?

- a) Excelente b) bueno c) Malo

6) Al momento de tomar la decisión de compra de plantas ornamentales ¿qué características tomaría en cuenta?

- a) Precio b) Variedad c) Calidad d) Servicio

7) ¿Con qué frecuencia adquiere usted las plantas ornamentales?

- a) Semanal b) Mensual c) trimestral d) otros

8) De acuerdo a sus gustos y preferencias ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos productos?

- | a) Plantas grandes | b) Plantas medianas | c) Plantas pequeñas |
|--|--|--|
| a) 2\$ a 5\$ <input type="checkbox"/> | a) 1\$ a 1.50\$ <input type="checkbox"/> | a) 0,50\$ a 1\$ <input type="checkbox"/> |
| b) 5.01\$ a 8\$b <input type="checkbox"/> | b) 1.51\$ a 2\$ <input type="checkbox"/> | b) 1,01\$ a 1,50\$ <input type="checkbox"/> |
| c) 8.01\$ en adelante <input type="checkbox"/> | c) 2.01\$ en adelante <input type="checkbox"/> | c) 1,51\$ en adelante <input type="checkbox"/> |

9) ¿En qué lugar adquiriría los fertilizantes para el cuidado de las plantas?

- a) El lugar donde adquirió las plantas
- b) Tienda agrícola
- c) Otros :Explique.....

10) ¿Qué tipos de servicios adicionales cree usted que deberían brindar los viveros de plantas?

- a) Servicio a domicilio c) Venta de insumos
- b) Mantenimiento de jardines d) Asesoramiento

11) ¿Cómo le gustaría que fuera la forma de pago por sus compras?

- a) Contado
- b) Crédito
- c) Tarjetas de crédito

12) ¿Estaría de acuerdo con la implementación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de plantas ornamentales en el sector Norte de Quito?

- a) Si b) No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.01.04 Análisis de la información

A continuación se va realizar el análisis de la información obtenida a través de las encuestas ejecutadas en el norte de la ciudad de Quito.

Aspecto demográfico

Tabla 21:

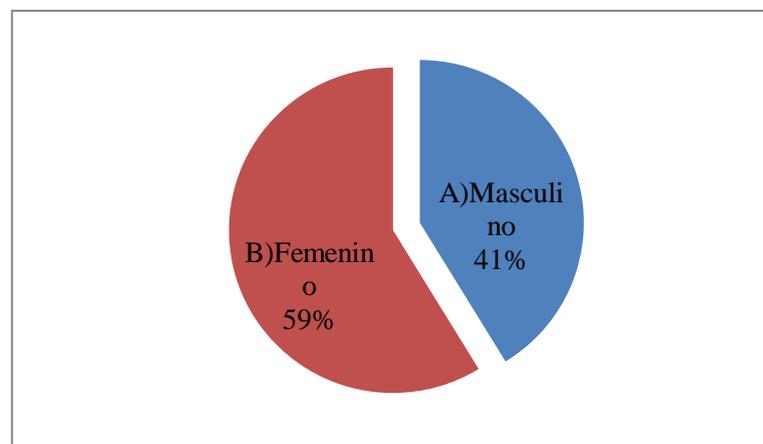
Análisis sexo

	Cantidad	%
A)Masculino	165	41%
B)Femenino	235	59%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 20:

Análisis de sexo



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: las presentes cantidades muestran que la mayor cantidad de población segmentada son mujeres esto se debe a varios factores sociales, económicos entre otros.

Tabla 22:

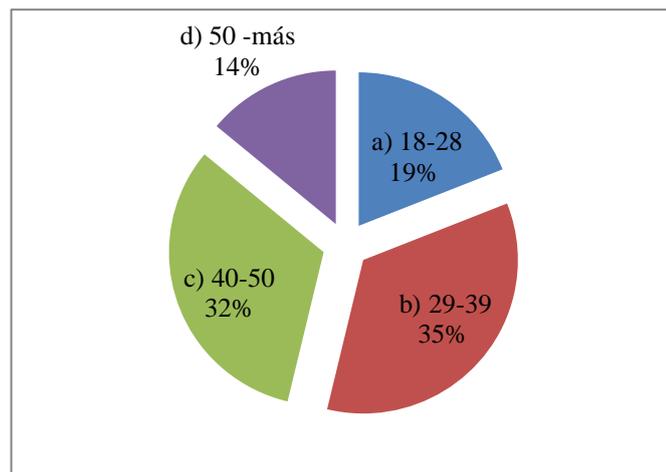
Análisis edad

	cantidad	%
a) 18-28	76	19%
b) 29-39	139	35%
c) 40-50	129	32%
d) 50 -más	56	14%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 21:

Análisis de edad



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: la edad promedio que se refleja en este análisis es de 29 a 30 años debido que en esta escala se encuentra la mayor cantidad de población activa y que tiene posibilidades de adquirir esta clase de productos.

Tabla 23:

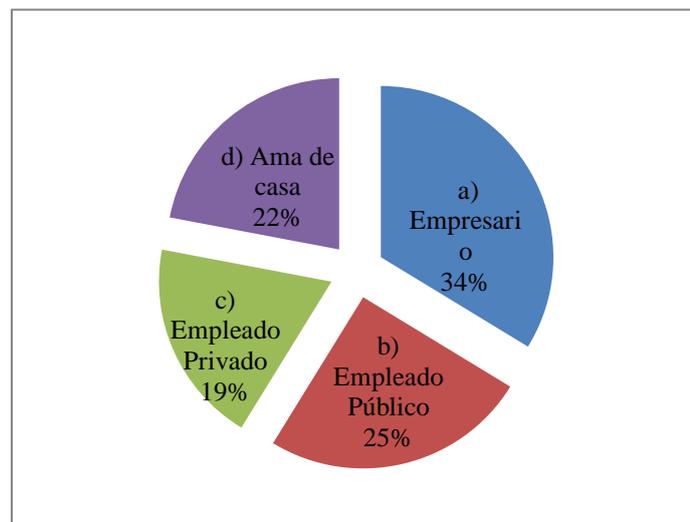
Análisis ocupación

	cantidad	%
a) Empresario	135	34%
b) Empleado Público	100	25%
c) Empleado Privado	77	19%
d) Ama de casa	88	22%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 22:

Análisis de ocupación



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: este análisis muestra que la mayor cantidad de personas segmentadas son empresarios por la posición económica en la que se encuentran y sobre todo porque buscan que sus clientes se sientan cómodos durante la instancia en sus empresas ofreciendo una tranquilidad en el ambiente reflejando armonía.

1) ¿Creé usted que la conservación de la naturaleza es tarea de todos?

Tabla 24:

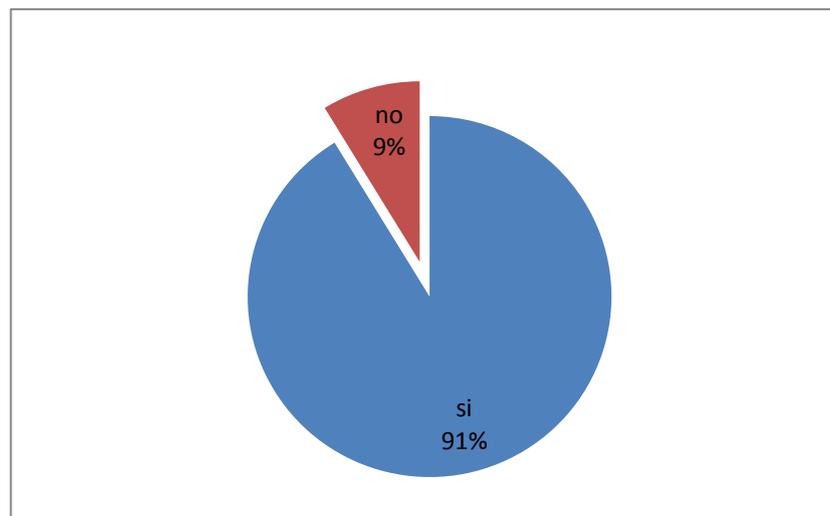
Análisis de conservación naturaleza

	cantidad	%
Si	365	91%
No	35	9%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 23:

Análisis conservación de la naturaleza



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: este estudio muestra la mayor parte de personas cree todos los seres humanos deberían cuidar la naturaleza disminuyendo la contaminación e incrementando las áreas verdes ya que la sociedad es el elemento que más contamina el planeta por los malos tratos y el desinterés que muestra mucha gente.

2) ¿Dentro de los ambientes en su oficina u hogar cuenta usted con espacios para jardineras o similares?

Tabla 25:

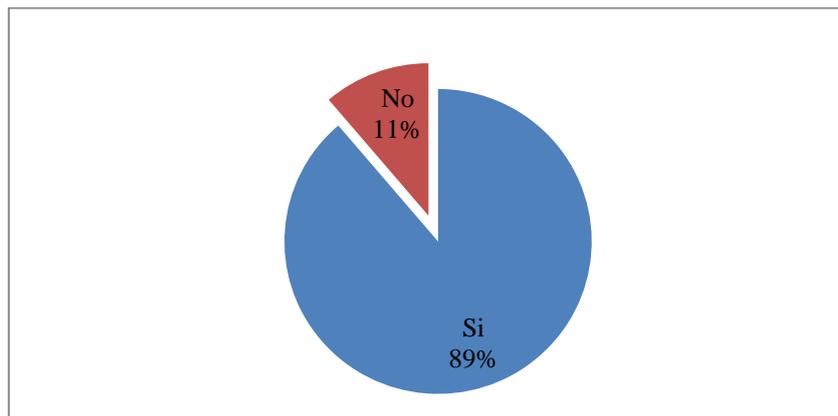
Análisis espacios jardineras

	cantidad	%
Si	355	89%
No	45	11%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 24:

Análisis espacios para jardineras



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: este estudio indica que existe una gran cantidad de personas que cuenta con un espacio dedicado a áreas verdes por la importancia que le dan a la conservación de la naturaleza.

3) ¿Conoce o ha visitado alguna vez un vivero de plantas ornamentales?

Tabla 26:

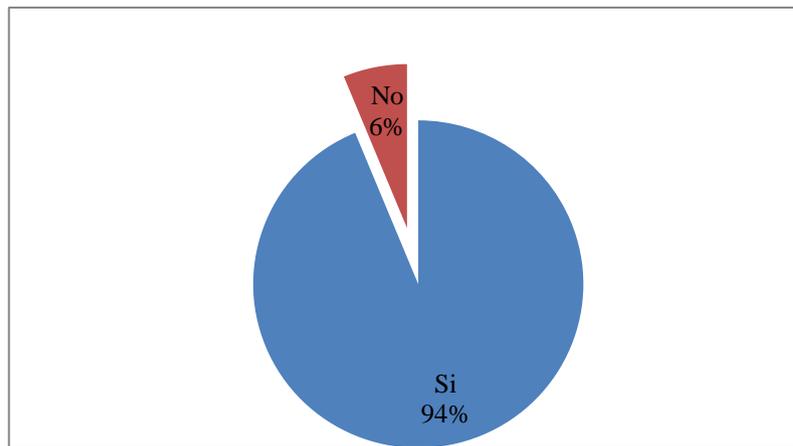
Análisis visita a viveros

	cantidad	%
Si	375	94%
No	25	6%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 25:

Análisis visita a viveros



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: en base a los resultados se puede determinar que una gran cantidad de personas ha visitado un vivero de plantas ornamentales para ver y apreciar las especies de plantas que existen atraídos por la belleza incomparable de las plantas tomando en cuenta la importancia que tiene la naturaleza usando sus jardines como una fuente de oxigenación del aire.

4) ¿De qué manera obtiene información sobre los lugares donde se puede adquirir plantas ornamentales o de otras especies?

Tabla 27:

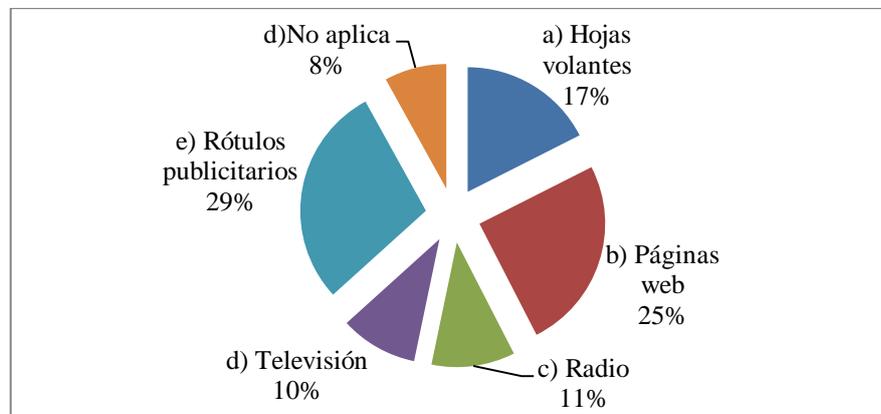
Análisis información de viveros

	cantidad	%
a) Hojas volantes	70	17%
b) Páginas web	100	25%
c) Radio	43	11%
d) Televisión	40	10%
e) Rótulos publicitarios	115	29%
d)No aplica	32	8%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 26:

Análisis de información de viveros



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: por medio de esta encuesta se puede determinar que la manera en que las personas obtienen información de los viveros es a través de los rótulos porque estos se encuentran en distintos lugares de Quito sirviendo como una forma de información clara acerca de estos productos.

5) ¿Cuál es el nivel de satisfacción con los productos y servicios que ofrecen sus proveedores de plantas?

Tabla 28:

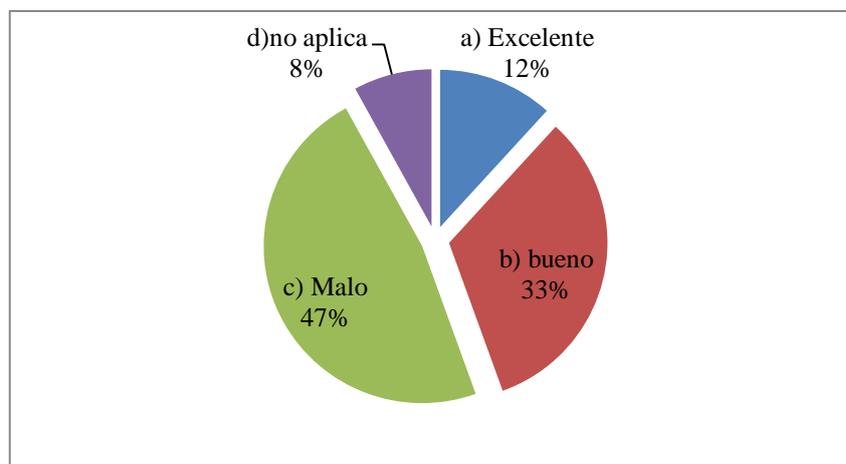
Análisis nivel de satisfacción

	cantidad	%
a) Excelente	47	12%
b) bueno	131	33%
c) Malo	190	47%
d)no aplica	32	8%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 27:

Análisis nivel de satisfacción



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: la gente que ha tenido la oportunidad de ir a un vivero ornamental no se ha sentido satisfecho con el servicio brindado por parte del personal que los atendió esto se debe a varios factores uno de ellos es que el personal no tiene la capacidad y los conocimientos suficientes en esta área.

6) Al momento de tomar la decisión de compra de plantas ornamentales ¿qué características tomaría en cuenta?

Tabla 29:

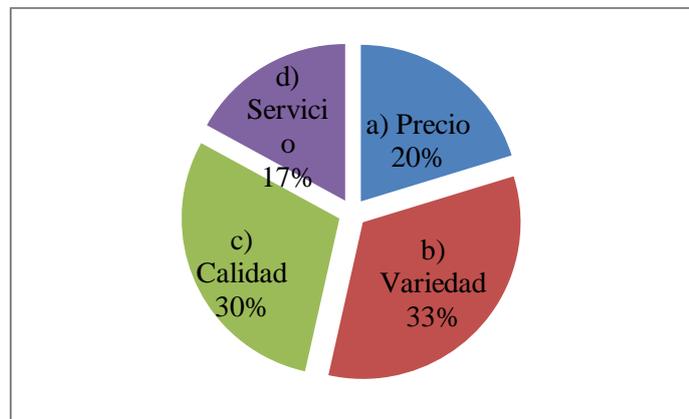
Análisis decisión de compras

	cantidad	%
a) Precio	81	20%
b) Variedad	133	33%
c) Calidad	118	30%
d) Servicio	68	17%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 28:

Análisis decisión de compras



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: al momento de realizar sus compras las personas prefieren la variedad antes que otros factores esto se debe a las tendencias o costumbres que ellos poseen es decir en muchas ocasiones los gustos son el principal elemento al realizar una compra de cualquier producto.

7) ¿Con qué frecuencia adquiere usted las plantas ornamentales?

Tabla 30:

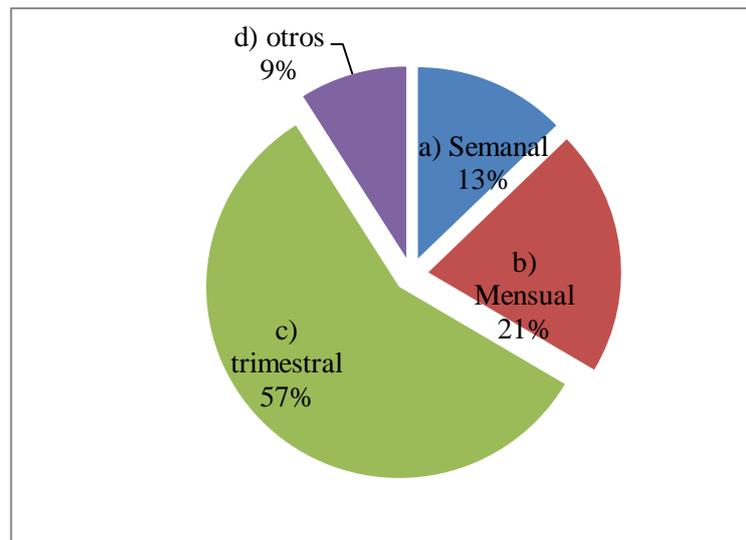
Análisis frecuencia de compra

	cantidad	%
a) Semanal	51	13%
b) Mensual	83	21%
c) trimestral	230	57%
d) otros	36	9%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 29:

Análisis frecuencia de compra



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: estos porcentajes indican que las personas compran las plantas de forma trimestral debido a varios motivos como la renovación de sus jardines y por los cambios climáticos del planeta dependiendo de la zona en donde se siembre las plantas.

8) De acuerdo a sus gustos y preferencias ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos productos?

Tabla 31:

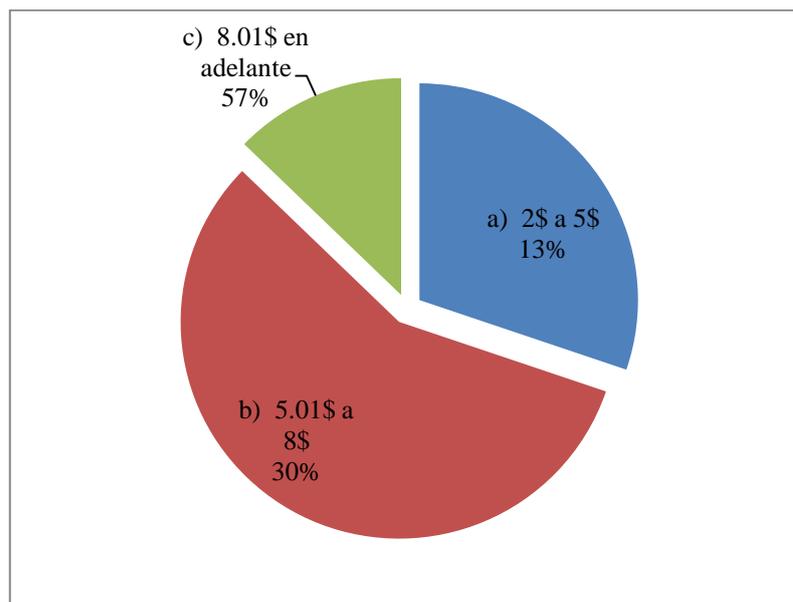
Análisis de precios (plantas grandes)

Plantas grandes	cantidad	%
a) 2\$ a 5\$	19	13%
b) 5.01\$ a 8\$	45	30%
c) 8.01\$ en adelante	85	57%
	149	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 30:

Análisis de precios (plantas grandes)



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: este estudio muestra que las personas pagarían las plantas grandes hasta un valor de 8\$ verificando el tamaño que estos posean.

Tabla 32:

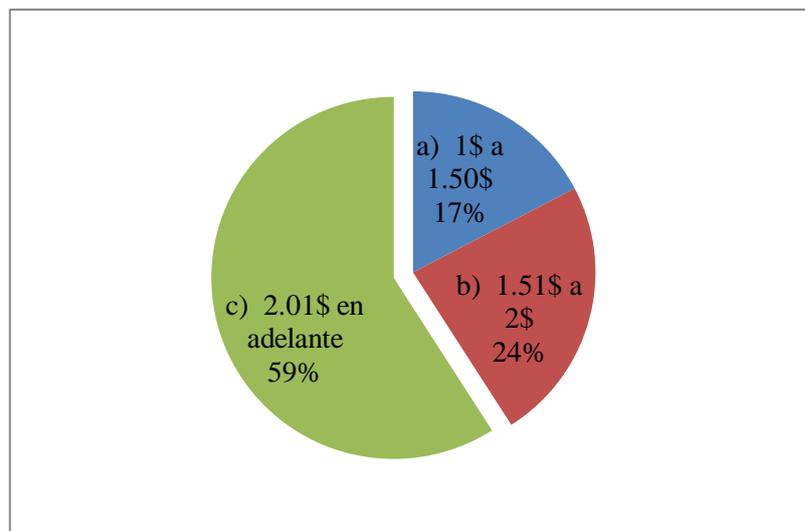
Análisis de precios (plantas medianas)

Plantas medianas	cantidad	%
a) 1\$ a 1.50\$	22	17%
b) 1.51\$ a 2\$	30	24%
c) 2.01\$ en adelante	75	59%
	127	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 31:

Análisis de precios (plantas medianas)



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: a través de esta investigación se indica que existen muchas personas que les gustan las plantas de tamaño mediano pagando un valor de 2 dólares en adelante de esta manera se puede establecer un rango de precios que sean convenientes para el cliente..

Tabla 33:

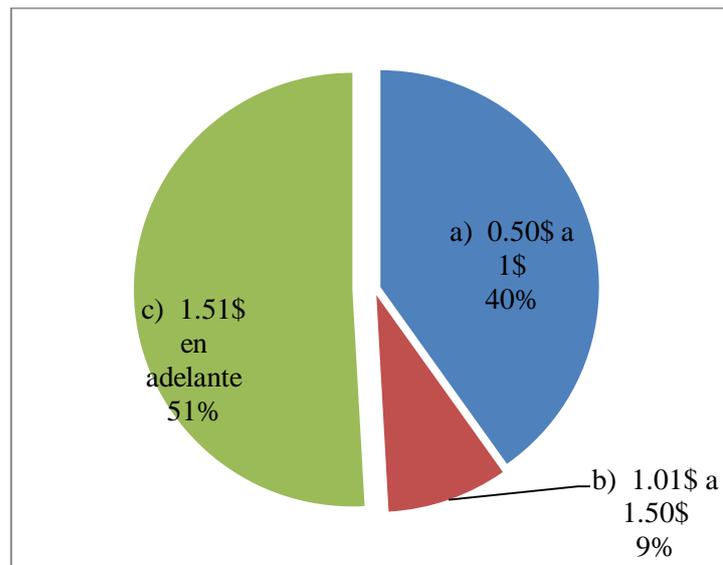
Análisis de recios (plantas pequeñas)

Plantas pequeñas	cantidad	%
a) 0.50\$ a 1\$	90	16%
b) 1.01\$ a 1.50\$	20	11%
c) 1.51\$ en adelante	114	73%
	124	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 32:

Análisis de precios (plantas pequeñas)



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: por medio de esta investigación se obtuvo información de que a varias personas les gustan las plantas pequeñas debido a motivos como que estas plantas no ocupan mucho espacio.

9) ¿En qué lugar adquiriría los fertilizantes para el cuidado de las plantas?

Tabla 34:

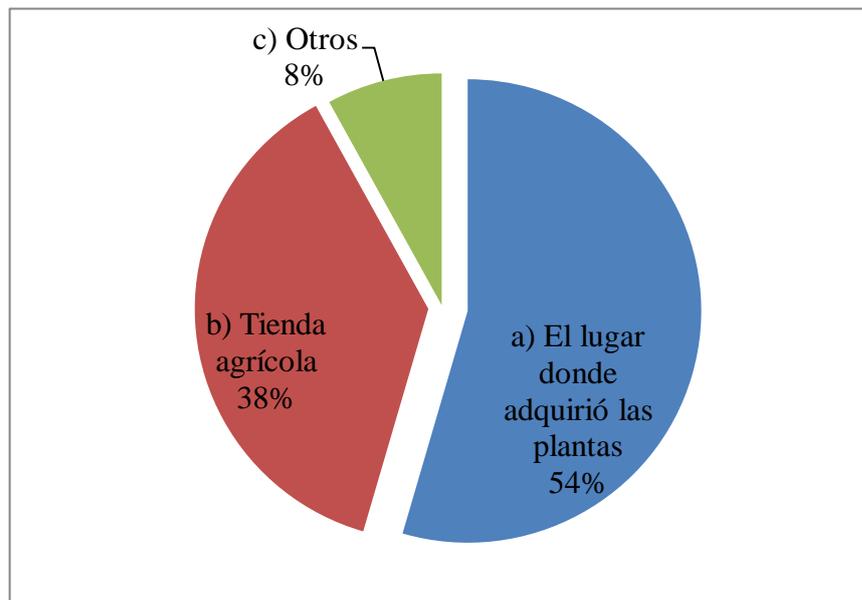
Análisis de compra de fertilizantes

	cantidad	%
a) El lugar donde adquirió las plantas	218	54%
b) Tienda agrícola	150	38%
c) Otros	32	8%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 33:

Análisis compra de fertilizantes



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: la mayor parte de compradores coinciden que adquirirían los fertilizantes en el lugar en donde compararon las plantas, tienen la certeza de que los vendedores poseen conocimientos básicos sobre el cuidado de las mismas siendo un factor positivo para el vivero ornamental que se va a implantar.

10) ¿Qué tipos de servicios adicionales cree usted que deberían brindar los viveros de plantas?

Tabla 35:

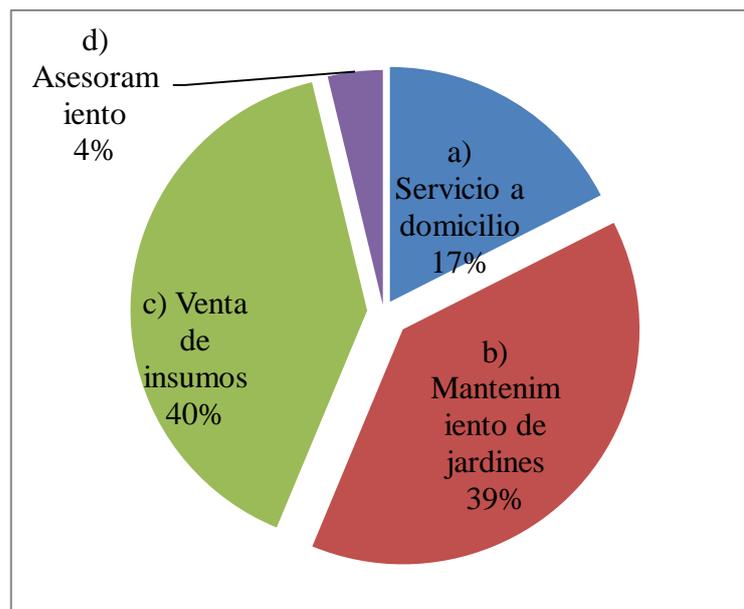
Análisis servicios adicionales

	cantidad	%
a) Servicio a domicilio	70	17%
b) Mantenimiento de jardines	155	39%
c) Venta de insumos	160	40%
d) Asesoramiento	15	4%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 34:

Análisis servicios adicionales



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: los clientes han admitido que le gustaría que los viveros ornamentales brinden un valor agregado como el servicio a domicilio y el mantenimiento de jardines con el fin de facilitar la compra de estas plantas.

11) ¿Cómo le gustaría que fuera la forma de pago por sus compras?

Tabla 36:

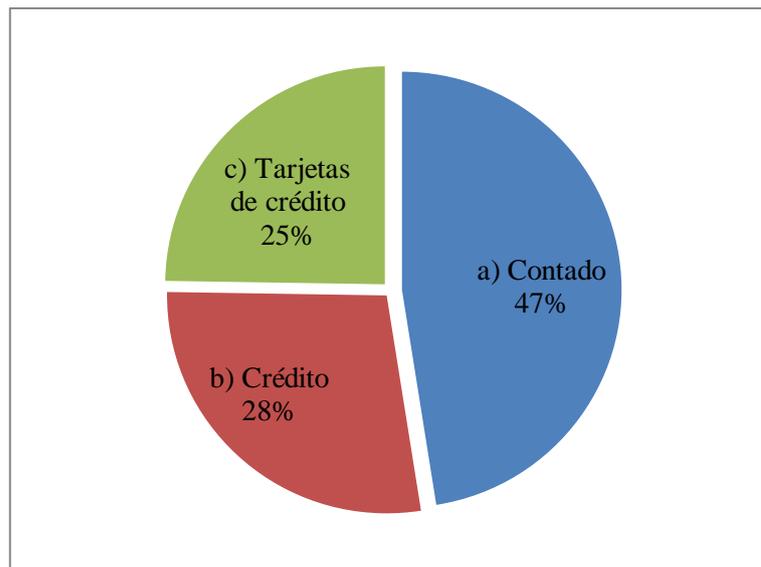
Análisis forma de pago

	cantidad	%
a) Contado	190	47%
b) Crédito	111	28%
c) Tarjetas de crédito	99	25%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 35:

Análisis forma de pago



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: las personas prefieren que los pagos sean al contado para disminuir sus deudas dependiendo de la cantidad que ellos compren es decir, puede haber la posibilidad de que las compras sean grandes y que en ocasiones se les admita el pago a crédito.

12) ¿Estaría de acuerdo con la implementación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de plantas ornamentales en el sector Norte de Quito?

Tabla 37:

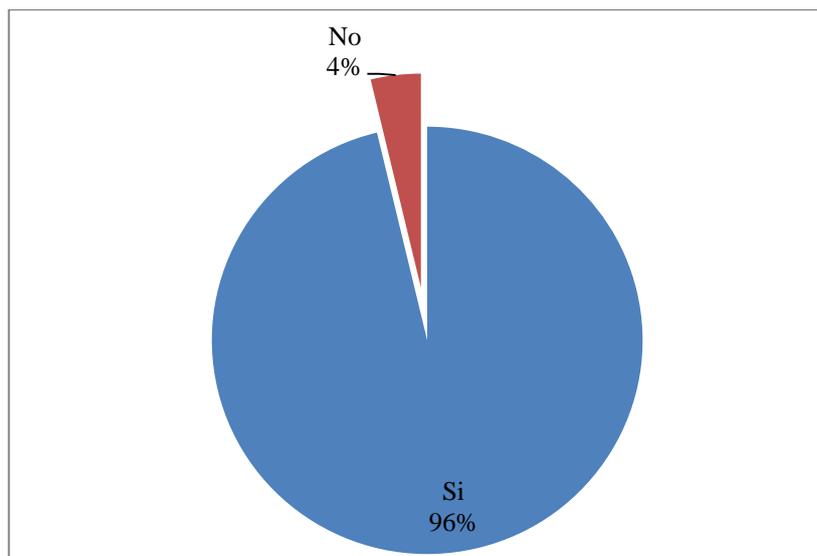
Análisis aceptación de implementación del vivero

	cantidad	%
Si	385	96%
No	15	4%
	400	100%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 36:

Análisis aceptación de implementación del vivero



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

ANÁLISIS: las personas están de acuerdo con que se implante un vivero de plantas ornamentales que ofrezcan variedad de productos, con precios accesibles, brindando un buen servicio, es decir que se diferencie del resto de viveros ornamentales.

3.02 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o productos que una empresa está dispuesta a ofertar o vender durante un lapso de tiempo y a un precio establecido.

3.02.01 Oferta histórica

PIB sector de la agricultura y crecimiento anual 5%

Tabla 38:

Oferta histórica

2009	2010	2011	2012	2013
33394,756	-35152,38	37002,5	-38950	41000

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

3.02.02 Oferta actual

Tabla 39:

Oferta actual

VIVEROS	Q	dólares
Vivero "El Girasol"	3000	6000
Viveros "Gualichicomín y Gadvay"	2000	6000
Vivero "Camila"	1500	3000
Vivero "Esteban"	2000	4000
Vivero "Picaflor"	5000	7000
Vivero "Tulipanes"	3500	4000
Vivero "Serví Plantas"	3000	5000
Vivero "Los Laberintos"	2500	5000
TOTAL	96000	40000

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

3.02.03 Oferta proyectada

Sector de la agricultura y crecimiento anual 5%

Tabla 40:

Oferta proyectada

2013	2014	2015	2016	2017
41000	43050	45202,5	47462,625	49835,756

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

3.03 Demanda

Es la expresión de la forma mediante la cual una sociedad desea utilizar sus recursos disponibles con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

3.03.01 Demanda histórica

Crecimiento poblacional 1.52% cada año este porcentaje será tomado en cuenta para la demanda.

Tabla 41:

Demanda histórica

2009	2010	2011	2012	2013
6148,118	11823,3	22737,12	43725,24	44400,12

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



3.03.02 Demanda actual

	POBLACIÓN	
	17001	
Espacios Para Jardineras	89%	
	15130,89	
Visita a viveros	94%	
	14223,0366	
Nivel de aceptación	96%	
	13085,1937	
Frecuencia de consumo	4	
	52340,7747	DEMANDA
Castigo de la demanda	6%	
	2878,74261	
Precio	15	
	44300,12	INGRESOS

Tabla 42:

Demanda actual

DEMANDA	2878,74
INGRESOS	44300,12

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

3.03.03 Demanda proyectada

Crecimiento poblacional 1.52% cada año

Tabla 43:

Demanda proyectada

2013	2014	2015	2016	2017
44400,12	45075	45760,14	46455,69	47161,8

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



3.04 Demanda insatisfecha

Tabla 44:

Demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2013	44400,12	41000	3400,12
2014	45075	43050	2025
2015	45760,14	45202,5	649,88
2016	46455,69	47462,62	-1006,93
2017	47161,8	49835,76	-2673,96

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.01 Tamaño del proyecto

4.01.01 Capacidad instalada

Se trata de un proyecto que es medianamente grande porque contará con los recursos necesarios e indispensables que han sido fijados por medio de la observación de otros viveros similares.

- La capacidad total de este vivero es de 54000 plantas
- La medida del terreno en donde se ubicará este vivero será de 20 m² de largo por 12m² de largo.
- Contará de dos pisos; en el primero se ubicará las plantas y bodegas y en el segundo piso las oficinas.
- Contará con dos baños uno para el personal y otro exclusivamente para los clientes.
- Existirá una sala de recepción para comodidad de los clientes y que puedan observar desde el segundo piso las plantas.
- El parqueadero estará ubicado a la entrada del vivero y tendrá la capacidad para 6 autos.

Tabla 45:

Trabajadores y sueldos

N	Cargo	Sueldo
1	Gerente general	\$ 400,00
1	Administrador	\$ 320,00
1	Operario	\$ 318,00

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

El talento humano es muy importante e indispensable para la aplicación de este proyecto por lo tanto en el cuadro se muestra al personal con el que se va a trabajar.

Tabla 46:

Muebles y enseres

Cantidad	Descripción	P.Unit	P. Total
2	Estaciones de trabajo de 1.20 *1.20	175	350
4	sillas grafitis	28	112
4	sillas senzas	23	92
2	sillas giratorias	75	150
1	grafitis triple	90	90
2	archivadores de 4 cajones	140	280
	TOTAL		1074

Fuente: Muebles Clavijo Reyes
Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Dentro la producción de las plantas ornamentales será indispensable contar con los muebles y enseres mencionados anteriormente

4.01.02 Capacidad óptima

Lo que se espera vender al año

Tabla 47:

Ventas proyectadas

PRODUCTOS	Cantidad	precio unitario	Ingreso	Cantidad
plantas grandes	4.000	\$ 8,00	32.000,00	4.061
plantas medianas	3.200	\$ 3,00	9.600,00	3.249
plantas pequeñas	2.500	\$ 2,00	5.000,00	2.538

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

4.01.03 Variables de viabilidad

Recursos disponibles:

Se cuenta con el 65% de la inversión requerida, el otro 35% se lo va financiar mediante un Crédito en la cooperativa de ahorro y crédito "HUAICANA" que serán pagados en cinco años.



REQUISITOS PARA UN PRÉSTAMO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "HUAICANA"

- Solicitud de crédito debidamente llenada y firmada por el representante legal
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono) actualizada
- Copia del RUC o RISE
- Poseer una microempresa durante 1 año mínimo
- Justificar ingresos y patrimonio

Interés: Autocooperativo: 15%

Plazo Máximo: Autocooperativo: 60 meses

Crear: 17 meses

Fondos propios si el destino del crédito es para adquisición de activo fijo y sobrepasa los USD

5000: 48 meses

Multisectorial CFN: 42 meses

Montos Máximos: Autocooperativo: 20000 USD.

Autocooperativo: 20000 USD.

Crear de acuerdo al número de préstamos de la caja comunal: 0 USD.

Fondos Propios: 20000 USD.

Fondos Propios desde USD 10001 hasta USD 20000: 20000 USD.

Fondos Propios desde USD 3001 hasta USD 10000: 20000 USD.

Fondos Propios hasta USD 3000: 20000 USD.

Multisectorial CFN: 20000 USD.

4.02 Localización

4.02.01 Factores de localización

Tabla 48:

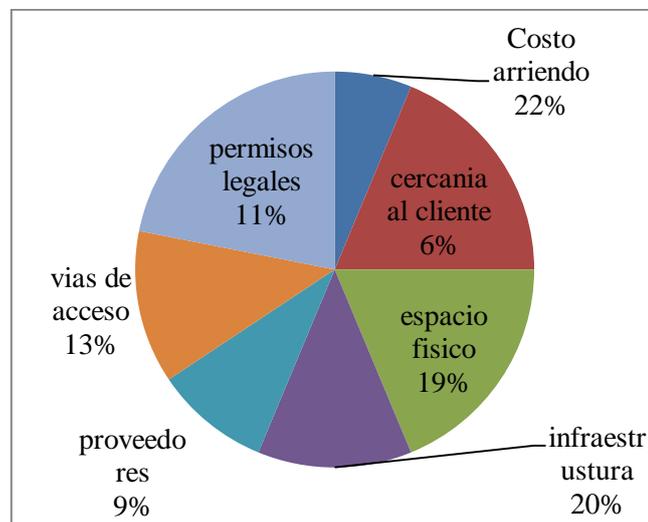
Factores de localización

Factor	Calificación
Costo arriendo	22%
Cercanía al cliente	6%
Espacio físico	19%
Infraestructura	20%
Proveedores	9%
Vías de acceso	13%
Permisos legales	12%
TOTAL	100%

Elaborado Por: Sorayda Pilapaña

Figura 37:

Factores de localización

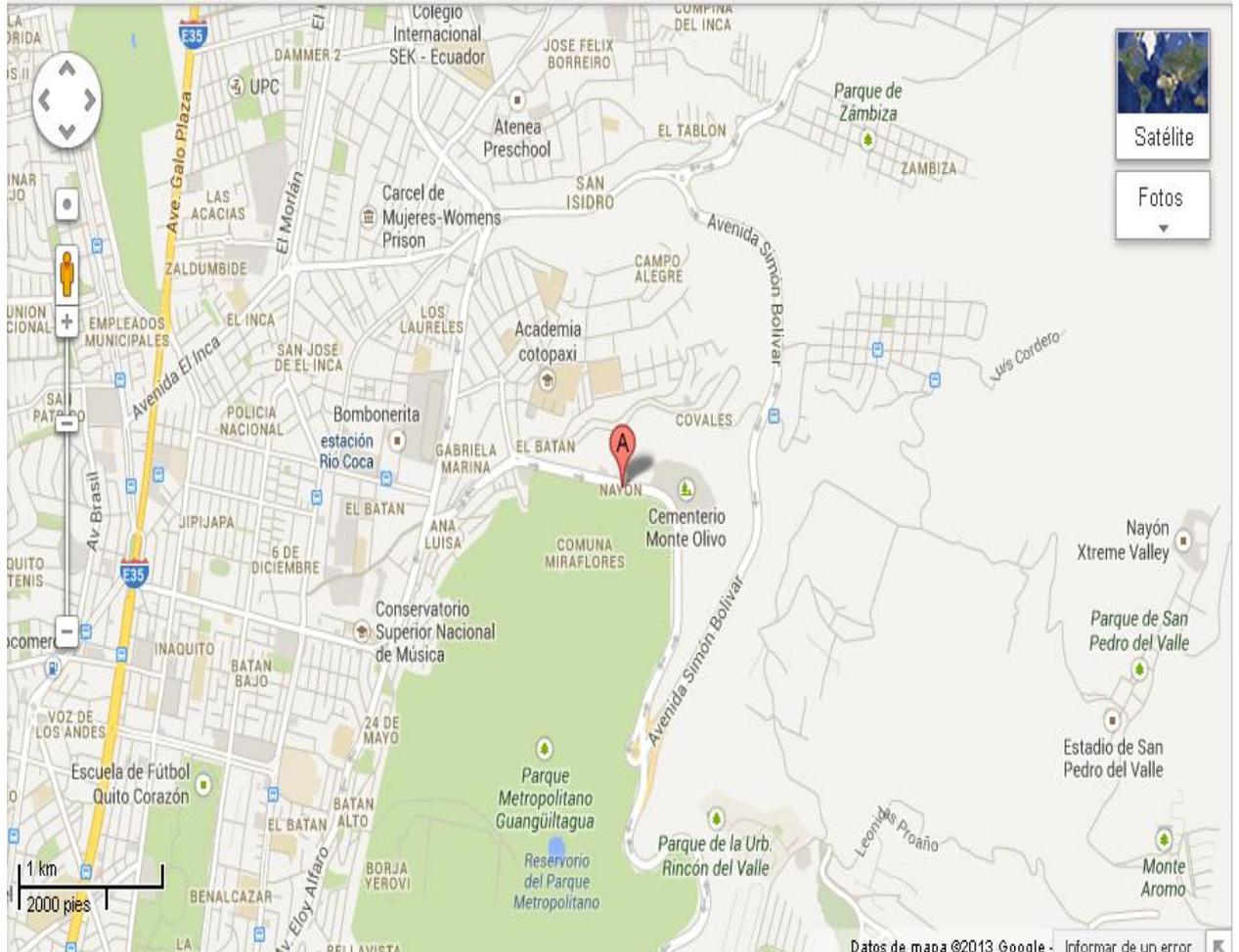


Elaborado por: Sorayda Pilapaña

4.02.02 Macro localización

Figura 38:

Mapa de macro localización



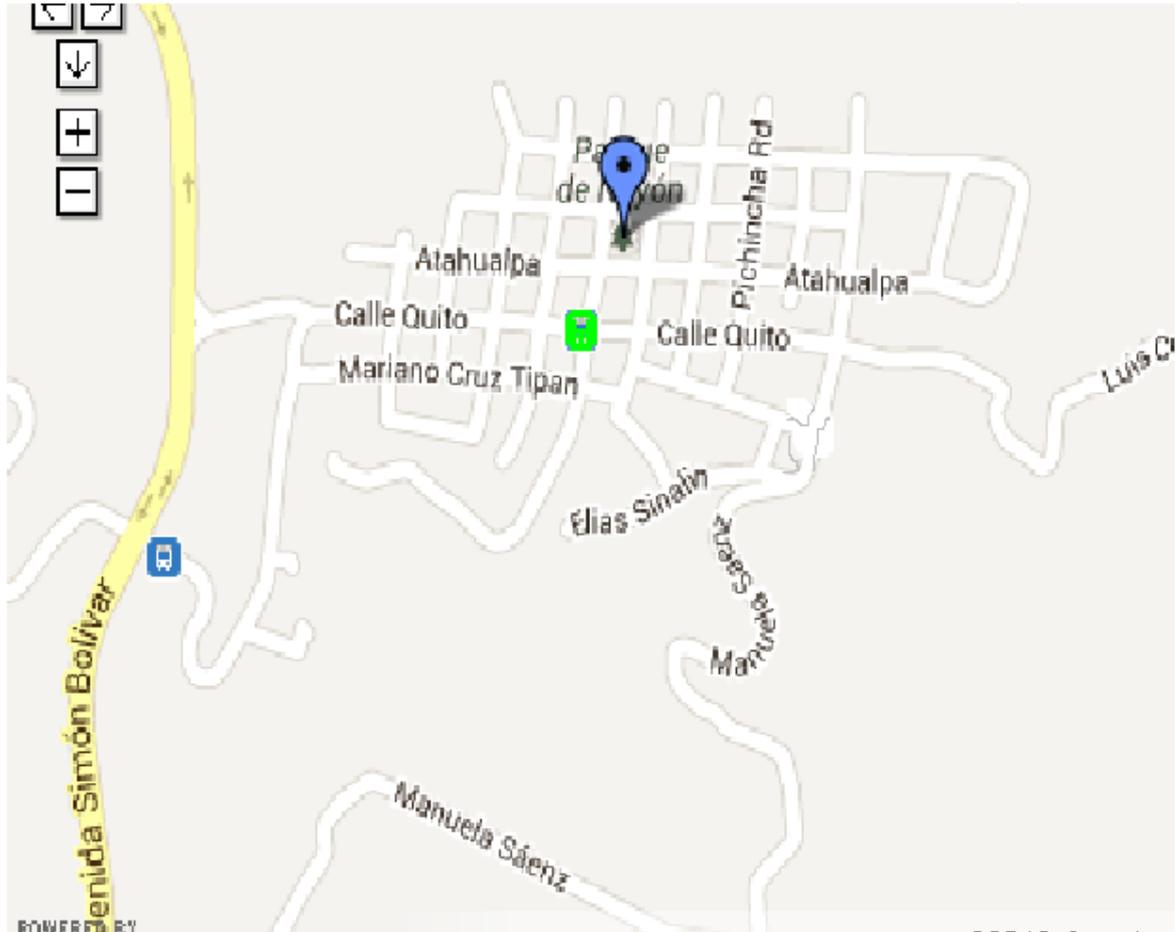
Elaborado por: Distrito Metropolitano de Quito

El vivero ornamental estará ubicado en Nayón, al norte de Quito porque es un sector que se caracteriza por su vegetación y además es un lugar muy conocido por su paisaje por lo tanto existe mucha afluencia de personas sobre todo en los fines de semana en donde visitan a Nayón gente de todo parte. Existen también en este sitio cooperativas de ahorro y crédito, UPC, y todos los servicios para comodidad de las personas.

4.02.03 Micro- localización

Figura 39:

Mapa micro localización



Elaborado por: Distrito Metropolitano de Quito

El vivero se ubicará en el barrio Central de Nayón y fue elegido porque es un sector muy comercial y en donde se encuentran los principales sitios para la distracción de los visitantes. La posible ubicación del vivero se lo puede observar en el gráfico en la parte de color verde (calle Quito y Quisquis).

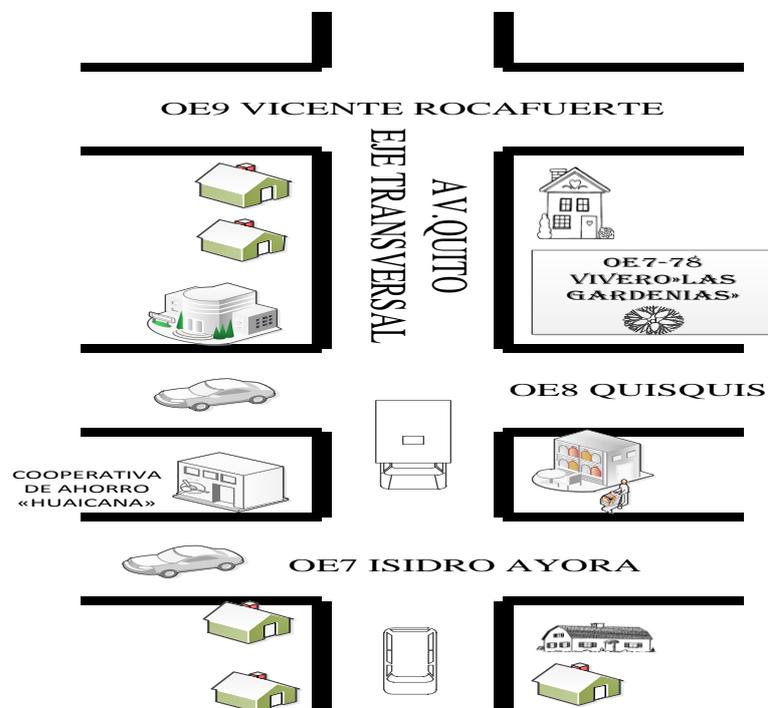
4.02.04 Localización óptima

Para este proyecto la localización óptima es un punto positivo porque estará ubicado en Nayón (calle Quito y Quisquis), este lugar es uno de los principales y más importantes del sector porque en él se encuentran las principales tiendas, cooperativas, pizzerías, y sobre todo a una cuadra se encuentra el parque central junto a él se encuentra la iglesia y la escuela de esta zona.

Nayón en los últimos años se ha convertido en una parroquia con mucho movimiento comercial principalmente por los viveros de plantas sin dejar de lado las fiestas patronales que se celebran cada año a finales de julio.

Figura 40:

Mapa localización óptima



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

4.03 Ingeniería del producto

Se trata de realizar una lista de todos los materiales y recursos necesarios para la ejecución de un producto o servicio establecido.

Para ello es muy importante que se tenga claro lo que se va a realizar tomando en cuenta cada una de las áreas con las que va a contar la organización.

4.03.01 Definición del producto y servicio

En este proyecto se producirá plantas ornamentales que servirán como adorno para los ambientes de las personas así como las casas, jardines de edificios, jardines infantiles, parques, conjuntos residenciales, entre otros.

Figura 41:

Productos (especies de plantas)



durantas



bambú de agua



escancel rojo



Cactus pequeños



escancel verde



vinca



4.03.02 Variables de optimización

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

PLANTA BAJA

- Bodega 1 (herramientas)
- Bodega 2(materiales de producción)
- Área de producción
- Área de almacenamiento
- Baño clientes

PRIMER PISO

- Departamento de gerencia
- Departamento de administración y finanzas
- Departamento de mercadotecnia
- Departamento de producción
- Baño personal

GRADOS DE CERCANÍA

- **A** Absolutamente importante
- **E** Especialmente importante
- **I** Importante
- **O** Cercanía ordinaria
- **U** No importante
- **X** Indeseable

RAZONES DE CERCANÍA

- 1 Por peligro
- 2 Cercanía del proceso
- 3 Por higiene
- 4 Por contaminación
- 5 Por ruido
- 6 Por cuestiones administrativas

LAY OUT

PRIMERA PLANTA

Tabla 49:

Layout, primera planta

AREAS	TAMAÑO	
GERENCIA	3m de largo 3m de ancho	A
ADMINISTRACIÓN	3m de largo 2.50m de ancho	2 I A 2 I
SALA DE ESPERA	4 m de largo 2 m de ancho	2 U 3 U 5
BAÑOS DEL PERSONAL	1.50 de largo 2 m de ancho	3

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

PLANTA BAJA

Tabla 50:

Layout, planta baja

ÁREAS	TAMAÑO	
BODEGA 1 (HERRAMIENTAS)	3m de largo 4m de ancho	A
BODEGA 2 (MATERIALES)	3m de largo 4m de ancho	2 I E 6 A
ÁREA DE PRODUCCIÓN	5m de largo 4m de largo	2 U 2 O A 2 A 1
ÁREA DE ALMACENAMIENTO	10m de largo 10 m de ancho	2 I 2 X 2
BAÑOS CLIENTES	1.50m de largo 2m de ancho	3

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Resumen:

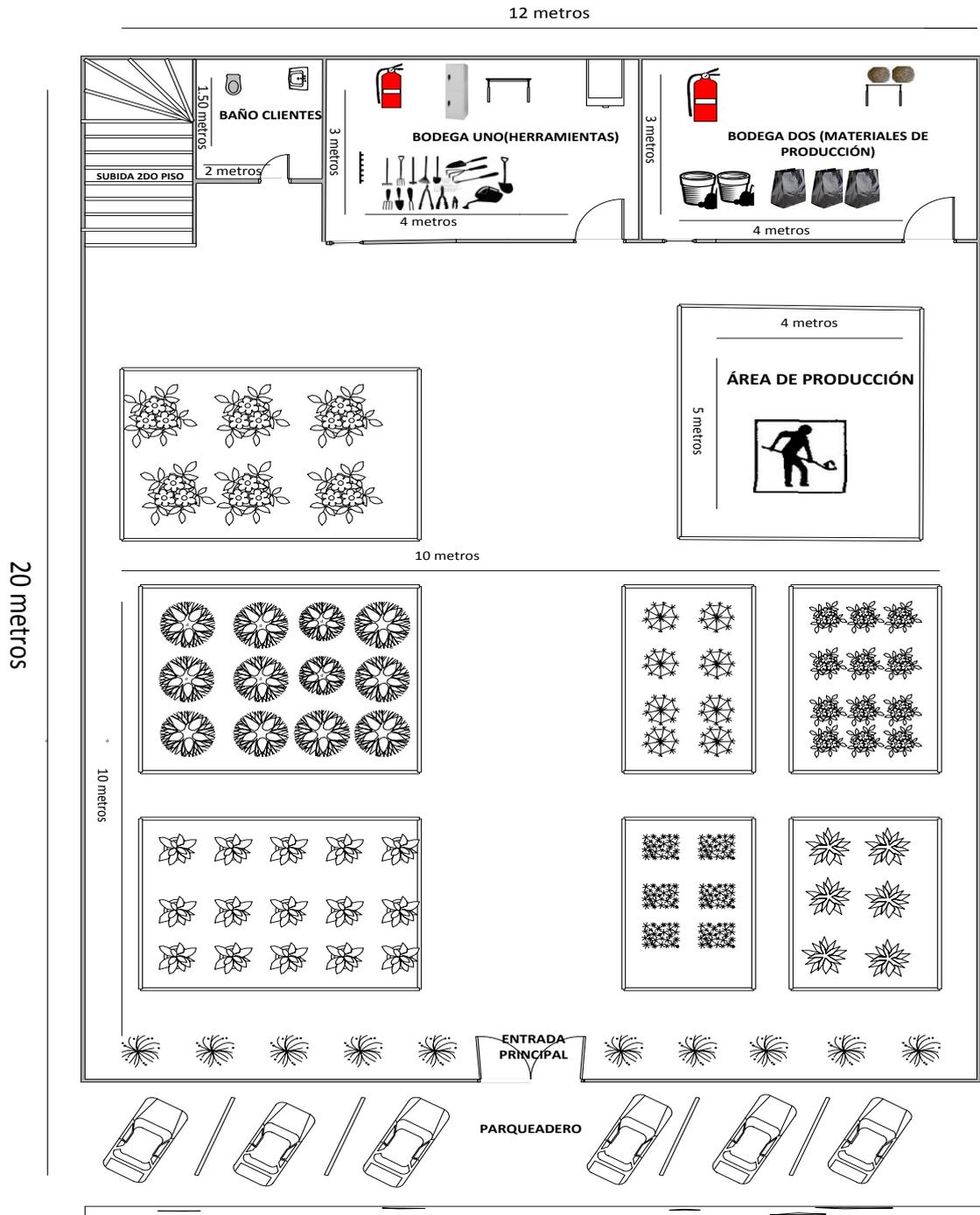
Gracias al sistema layout se pudo determinar las medidas y sus respectivas distribuciones de cada área con la que contará el vivero ornamental para una mejor colocación de acuerdo al grado de importancia de cada sitio. Para ello se tomó en cuenta las medidas exactas que deben tener cada uno de ellos considerando la comodidad para el personal y los clientes.

4.03.03 Distribución De La Planta

Figura 42:

Plano de planta baja

PLANTA BAJA

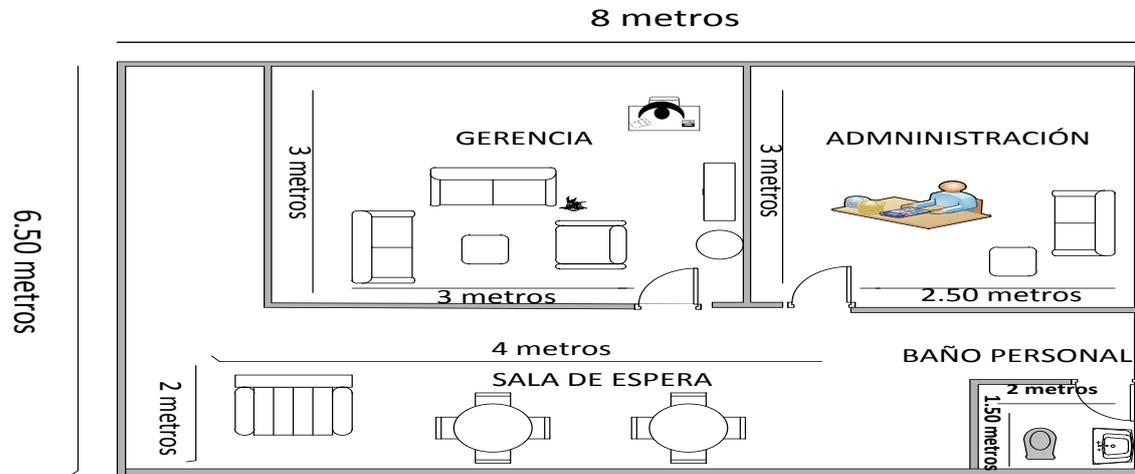


Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 43:

Plano primera planta

PRIMERA PLANTA



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

4.03.03 Descripción de las instalaciones del proyecto

1) BODEGA 1 (HERRAMIENTAS)**Condiciones:**

Lugar seco, Ventilación, Flujo de energía eléctrica.

Tamaño

3 metros de largo por 4 metros de ancho

Función

En esta área se ubicarán todas la herramientas de trabajo necesarias para la producción así como los uniformes, guantes, azadones, rastrillos, paletas, moto guadañas, y todo la maquinaria que se comprará para una mejor aplicación de los conocimientos..



2) BODEGA 2(MATERIALES DE PRODUCCIÓN)

Condiciones:

Lugar seco, Ventilación, Flujo de energía eléctrica.

Tamaño

3 metros de largo por 4 metros de ancho

Función

En este sitio se ubicarán los materiales para la producción así como las fundas, semillas, macetas. Este lugar debe ser seco porque puede dañar las semillas generando pérdida en las actividades.

3) ÁREA DE PRODUCCIÓN

Condiciones:

Lugar seco, Ventilación,

Tamaño

5 metros de largo por 4 metros de ancho

Función

En este lugar se mezclará el abono con los fertilizantes para posteriormente ubicar el abono en las fundas para luego sembrar las semillas (enfundar).

4) ÁREA DE ALMACENAMIENTO

Condiciones:

Lugar semihúmedo, Ventilación, Flujo de energía eléctrica.

Tamaño

10metros de largo por 10 metros de ancho



Función

En esta área serán ubicadas las plantas producidas previamente al igual que las fundas para sembrar las semillas. Es importante que el sitio se encuentre limpio para que los clientes se sientan a gusto al ingresar al vivero:

5) BAÑO CLIENTES

Condiciones:

Lugar seco, Ventilación, Flujo de energía eléctrica.

Tamaño

1.50 metros de largo por 2 metros de ancho

6) GERENCIA

Condiciones:

Lugar seco, Ventilación, Flujo de energía eléctrica.

Tamaño

3 metros de largo por 3 metros de ancho

Función:

En esta área se encuentra el gerente o propietario quien supervisará a todos los trabajadores y actividades para un mejor desempeño de cada uno de los integrantes del vivero.

7) ADMINISTRACIÓN

Condiciones:

Lugar seco, Ventilación, Flujo de energía eléctrica.

Tamaño

3 metros de largo por 2.50 metros de ancho



Función:

En ese sitio se realizará todos los movimientos de dinero que deberán ser registrados en los respectivos controles de dinero.

8) SALA DE ESPERA

Condiciones:

Lugar seco, Ventilación, Flujo de energía eléctrica.

Tamaño

7 metros de largo por 3 metros de ancho

Función:

En este lugar los clientes podrán observar desde la primera planta al vivero ornamental para que se sientan cómodos y no tengan que estar parados porque contarán sillas y mesas para ellos.

10) BAÑO PERSONAL

Condiciones:

Lugar seco, Ventilación, Flujo de energía eléctrica.

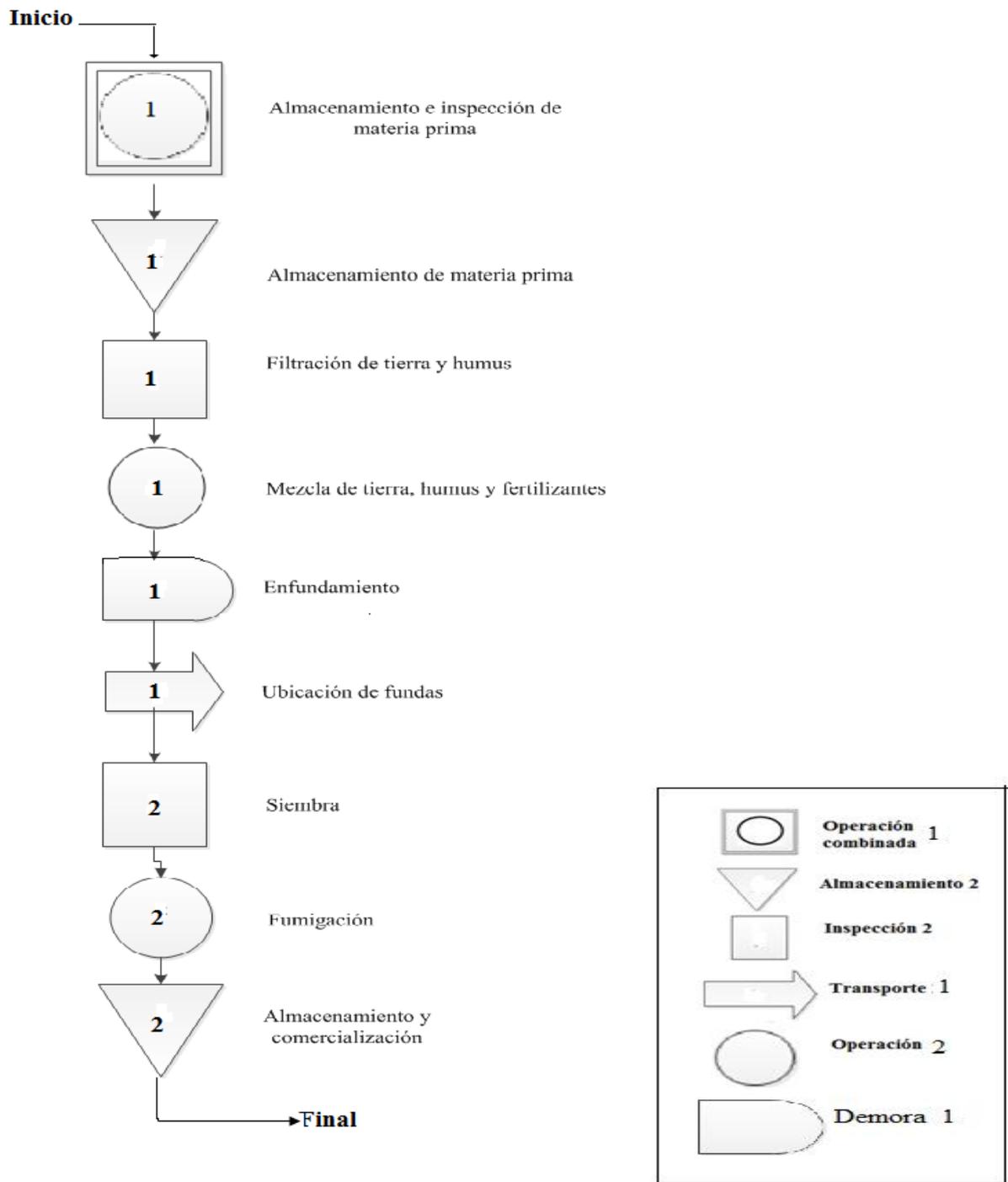
Tamaño

1.50 metros de largo por 2 metros de ancho

4.03.03 Proceso productivo

Figura 44:

Proceso de producción

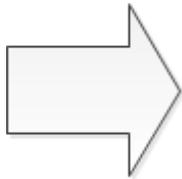


Elaborado por: Sorayda Pilapaña

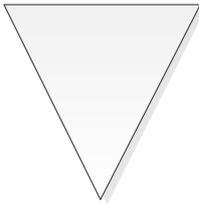
SIMBOLOGÍA



OPERACIÓN: significa que se efectúa un cambio o transformación componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos.



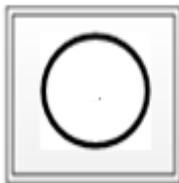
TRANSPORTE: es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento necesario e indispensable en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento previamente establecido o demora.



ALMACENAMIENTO. Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado



INSPECCIÓN: es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, n transporte o verificar la calidad del producto.



OPERACIÓN COMBINADA: ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos de las acciones mencionadas en un proceso



DEMORA: se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y que hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones, el propio proceso lo exige.



OPERACIONES

- **Operación 1:** en esta fase se compran todos los materiales necesarios e indispensables para la producción de plantas ornamentales así como: semillas, humus, tierra, fertilizantes, sin dejar de lado la verificación y constatación de que los materiales se encuentren en buen estado.
- **Operación 2:** a continuación se almacena los materiales para tener en bodega la cantidad necesaria para la producción y evitar compras innecesarias.
- **Operación 3:** en esta etapa se procede a retirar todas las fisuras que contienen la tierra y el humus (abono natural). Para los fertilizantes no es necesarios esta operación ya que vienen previamente preparados.
- **Operación 4:** a continuación se debe mezclar todos estos materiales (humus, tierra y fertilizantes) para tener una consistencia que sea apta para las nuevas plantas.
- **Operación 5:** posteriormente se ubicará esta mezcla en las fundas, la cantidad dependerá del tamaño de las fundas de las plantas.
- **Operación 6:** luego se procede a ubicar las fundas en los lugares establecidos para cada especie de planta.
- **Operación 7:** en la siguiente fase se realiza la siembra verificando que la semilla se encuentre en buen estado de no hacerlo se devolverá al proveedor. En ocasiones será necesario retirar elementos no deseados como las cascarillas que tiene ciertas semillas, esto con la finalidad de que crezcan normalmente.
- **Operación 8:** en esta etapa se fumiga las plantas para evitar que ciertas plagas dañen a la semilla y futura planta.
- **Operación 9:** finalmente se debe almacenar las plantas en los sitios dependiendo del tiempo que tengan las plantas.

4.03.04 Maquinaria

A continuación se detallará la maquinaria y equipos necesarios que se utilizará para la producción:

Tabla 51:

Maquinaria de la empresa

Cantidad	Descripción
2	Biotrituradora

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

4.03.05 Equipos

Tabla 52:

Equipos de la empresa

Cantidad	Descripción
1	tijera de podar pretul
1	tijera de podar 24" rojo
2	guantes n8 negro
1	botas de caucho n38 negro
2	mascarilla de tela negra
1	rastrillo 14 dts bellota
1	pala jardinera
1	azadón bellota
1	cabo de azadón
15 metros	manguera de jardín
1	pala cuadrada bellota
1	mochila de tratamiento
	TOTAL

Fuente: "FERRENAYON"

Elaborado por :Sorayda Pilapaña

4.03.06 Cuantificación de variables involucradas en la producción

En el siguiente recuadro se puede observar en donde se va a adquirir las diferentes materias primas, tratando de optimizar tiempo y dinero al momento de realizarlo.

Tabla 53:

Cuantificación de las variables

DETALLE MATERIALES	
Semillas	"EL HUERTO"
Humus(abono)	"AGROSAD"
Fertilizantes	"EL HUERTO"
Fundas	"DISPLAST"
Tierra	PROVEEDOR DIRECTO

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de la operaciones necesarias para que un empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo. De ahí la importancia que al iniciar cualquiera idea de proyecto o negocio contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran el costo efectivo que con lleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos preoperativos hasta obtener los indicadores financieros en los Estados Financieros como son. El Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias y Flujo de Efectivo. (CAZA, 2007)



5.01 Ingresos operacionales

Operaciones generadoras de ingresos:

Ventas de productos:

Tabla 54:

Ingresos operacionales

			proyecto a: 5 años			% crecimien 1,52%			Inflación 3,15%								
			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
PRODUCTOS	Cantidad	precio unitario	Ingreso	Cantidad	precio unitario	Ingreso	Cantidad	precio unitario	Ingreso	Cantidad	precio unitario	Ingreso	Cantidad	precio unitario	Ingreso		
plantas grandes	4.000	\$ 8,00	32.000,00	4.061	8,25	33.509,72	4.123	8,51	35.090,67	4.185	8,78	36.746,21	4.249	9,06	38.479,85		
plantas medianas	3.200	\$ 3,00	9.600,00	3.249	3,09	10.052,92	3.298	3,19	10.527,20	3.348	3,29	11.023,86	3.399	3,40	11.543,95		
plantas pequeñas	2.500	\$ 2,00	5.000,00	2.538	2,06	5.235,89	2.577	2,13	5.482,92	2.616	2,20	5.741,59	2.656	2,26	6.012,48		

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.02 Costos

5.02.01 Costo directo

En el siguiente cuadro se detalla todos los costos de producción necesarios para la producción respectiva de las plantas.

Tabla 55:

Costo directo

COSTO DIRECTO	
Materia prima	\$ 10.000,00
Materiales Directos	\$ 1.056,00
Mano de obra directa	\$ 3.816,00
Prestaciones Sociales	\$ 1.576,14
TOTAL	\$ 16.448,14

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.02.02 Costos indirectos

Dentro de los costos indirectos solo se registran las depreciaciones de la maquinaria y equipo que se utilizarán para el servicio de mantenimiento puesto que no existen otros costos.

Tabla 56:

Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	
Depreciación de la Maquinaria y Herramientas	\$ 88,42
TOTAL	\$ 88,42

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



5.02.03 Gastos administrativos

Son aquellos costos que están directamente relacionados con la dirección de la microempresa. En el siguiente cuadro se detalla estos costos.

Tabla 57:

Gastos administrativos

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
Sueldos y salarios	\$ 4.800,00
Prestaciones sociales	\$ 1.900,56
Agua, luz, Teléfono	\$ 60,00
Depreciación muebles y enseres	\$ 107,40
Depreciación equipo de computo	\$ 356,67
Depreciación Construcción	\$ 550,00
Amortización	\$ 203,00
Gastos organización empresa	\$ 30,00
TOTAL	\$ 8.007,63

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



5.02.04 Costos de venta

Son el conjunto de pagos al personal que está directamente relacionado con las ventas y por todos los gastos que se emplean para promocionar la actividad que se realiza es decir la publicidad que se aplica.

Tabla 58:

Costos de ventas

GASTOS DE VENTAS	
Sueldos y salarios	\$ 3.840,00
Prestaciones sociales	\$ 1.584,05
Agua, luz, teléfono	\$ 280,00
Alquileres	
Transportes y fletes	\$ 120,00
Publicidad	\$ 930,00
Depreciación equipo de oficina	\$ 13,35
TOTAL	\$ 6.767,40

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.02.05 Costos financieros

Son todos los costos derivados del financiamiento para poner en marcha la actividad comercial.

Tabla 59:

Costos financieros

GASTOS FINANCIEROS	
Intereses a corto plazo	\$ 859,65
Intereses a largo plazo	\$ 2.594,23
Comisiones Bancarias	\$ 60,00
Amortización de Intereses	\$ 850,00
TOTAL	\$ 4.363,88

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



5.02.06 Costos fijos y variables

Costos fijos: son aquellos costos que no dependen del volumen de la producción

Tabla 60:

Costos fijos

Depreciación de la Maquinaria y Herramientas	\$ 88,42
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
Sueldos y salarios	\$ 4.800,00
Prestaciones sociales	\$ 1.900,56
Agua, luz, Teléfono	\$ 60,00
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 107,40
Depreciación Equipo de Computación	\$ 356,67
Depreciación Edificaciones y Construcciones	\$ 550,00
Amortización	\$ 203,00
Gastos organización empresa	\$ 30,00
Otros gastos de administración	
GASTOS DE VENTAS	
Sueldos y salarios	\$ 3.840,00
Prestaciones sociales	\$ 1.584,05
Agua, luz, teléfono	280
Transportes y fletes	120
Publicidad	\$ 930,00
Depreciación equipo de oficina	\$ 13,35
GASTOS FINANCIEROS	
Intereses a corto plazo	\$ 859,65
Intereses a largo plazo	\$ 2.594,23
Comisiones Bancarias	\$ 60,00
Amortización de Intereses	\$ 850,00
TOTAL	13.200,10

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



5.02.06 Costos variables

Costos variables: son aquellos costos que dependen de la producción es decir pueden irse alterando

Tabla 61:

Costos variables

COSTO DIRECTO	
Materia prima	\$ 5.000,00
Materiales Directos	\$ 2.000,00
Mano de obra directa	\$ 3.816,00
Prestaciones Sociales	\$ 1.575,14
TOTAL	12391,14

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.03 Inversiones

5.03.01 Inversiones fijas

Es la asignación de los recursos reales y financieros necesarios para la operación del proyecto

5.03.01.01 Activos fijos

Son aquellos parte del patrimonio de la empresa que en pueden ser comercializados estos ayudan a garantizar el bienestar de la empresa.



Tabla 62:

Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
Terreno	\$ -
Construcción	\$ 11.000,00
Equipos de Oficina	\$ 133,45
Maquinaria y equipo	\$ 300,00
Equipos de Computación	\$ 1.070,00
Muebles y Enseres	\$ 1.074,00
Arriendos	\$ 350,00
Imprevistos	\$ 50,00
TOTAL	\$ 13.977,45

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.03.01.02 Activos nominales

Conocidos también como diferidos y se pagan de forma adelantado porque son importantes para poner en marcha al proyecto.

Tabla 63:

Activos nominales

ACTIVOS NOMINALES	
Gastos de Organización	\$ 35,00
Gastos de publicidad	\$ 930,00
Imprevistos	\$ 50,00
TOTAL	\$ 1.015,00

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



5.03.02 Capital de trabajo

Es la cantidad de dinero requerida para que la empresa funcione con normalidad durante un cierto periodo de tiempo hasta generar ingresos.

Tabla 64:

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Materia prima en existencia	
Materiales	\$ 1.776,00
Mano de obra directa	\$ 3.816,00
Contingencias	\$ 500,00
TOTAL	\$ 6.092,00

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.03.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Es el monto requerido para que la empresa funcione es decir aquí se detalla todo lo necesario para un correcto funcionamiento.



Tabla 65:

Fuentes de financiamiento y uso de fondos

	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO
INVERSIONES FIJAS	\$ 13.977,45	\$ 13.577,45	\$ 400,00
Terrenos	\$ -	\$ -	
Construcción	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	\$ -
Equipos de Oficina	\$ 133,45	\$ 133,45	\$ -
maquinaria y equipo	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -
Equipos de Computación	\$ 1.070,00	\$ 1.070,00	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 1.074,00	\$ 1.074,00	\$ -
	\$ -		
arriendos	\$ 350,00		\$ 350,00
Imprevistos	\$ 50,00		\$ 50,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.015,00	\$ -	\$ 1.015,00
Gastos de Organización	\$ 35,00	\$ -	\$ -35,00
Gastos de Instalación	\$ -		\$ -
Gastos de publicidad	\$ 930,00	\$ -	\$ -930,00
Capacitación de personal	\$ -	\$ -	
Intereses durante la construcción	\$ -		
Imprevistos	\$ 50,00	\$ -	\$ -50,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 11.316,00	\$ 8.000,00	\$ 4.316,00
Materia prima en existencia	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ -
Materiales	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	\$ -
Mano de obra directa	\$ 3.816,00		\$ 3.816,00
Contingencias	\$ 500,00		\$ 500,00
TOTAL	\$ 26.308,45	\$ 21.577,45	\$ 5.731,00

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



5.03.04 Amortización de financiamiento

Se refiere al cargo anual y total que se aplica para recuperar el valor de los activos diferidos.

Tabla 66:

Amortización y financiamiento

M =	1.709,65
K =	5.731,00
r =	0,15
n =	5

AÑOS	PRÉSTAMO	INTERÉS VENCIDO	CAPITAL PAGADO	CUOTA DE PAGO	SALDO
0					\$ 5.731,00
1	\$ 5.731,00	\$ 859,65		\$ 859,65	\$ 5.731,00
2	\$ 5.731,00	\$ 859,65	\$ 850,00	\$ 1.709,65	\$ 4.881,00
3	\$ 4.881,00	\$ 732,15	\$ 977,50	\$ 1.709,65	\$ 3.903,51
4	\$ 3.903,51	\$ 585,53	\$ 1.124,12	\$ 1.709,65	\$ 2.779,39
5	\$ 2.779,39	\$ 416,91	\$ 1.292,74	\$ 1.709,65	\$ 1.486,65
		\$ 2.594,23			

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



5.03.05 Depreciaciones

Es la pérdida del valor real de los activos fijos y se producen por el deterioro de los mismos.

Tabla 67:

Depreciaciones

	VALOR INICIAL	AÑOS	1	2	3	4	5
Terreno	\$ -	0					
Construcción	\$ 11.000,00	20	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00
Equipo de cómputo	\$ 1.070,00	3	\$ 356,67	\$ 356,67	\$ 356,67		
Maquinaria y equipo	\$ 300,00	10	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Equipo de oficina	\$ 133,45	10	\$ 13,35	\$ 13,35	\$ 13,35	\$ 13,35	\$ 13,35
Muebles y enseres	\$ 1.074,00	10	\$ 107,40	\$ 107,40	\$ 107,40	\$ 107,40	\$ 107,40
TOTAL			\$ 1.057,41	\$ 1.057,41	\$ 1.057,41	\$ 700,75	\$ 700,75

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



5.03.06 Estado de situación inicial

Llamado también balance general, en el que se realiza un informe financiero que refleja la situación económica de una empresa en un determinado tiempo.

ESTADO DE SITUACION INICIAL
"LAS GARDENIAS"

ACTIVO		
DISPONIBLE		11316
capital de trabajo	11316	
ACTIVO FIJO		13977,45
Construcción	11000	
equipo de oficina	133,45	
maquinaria y equipo	300	
equipo de computación	1070	
muebles y enseres	1074	
Arriendo	350	
Imprevistos	50	
ACTIVOS NOMINALES		1015
gastos de organización	35	
gastos de publicidad	930	
Imprevistos	50	
TOTAL ACTIVO		26308,45
PASIVO		
préstamo por pagar	5731	
TOTAL PASIVO		5731
PATRIMONIO		20577,45
capital social	20577,45	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		26308,45

GERENTE:-----
ADMINISTRADOR:

5.03.07 Estado de resultados proyectado

Es un estado financiero que muestra el resultado de las operaciones financieras realizadas en una empresa

Tabla 68:

Estado de resultados proyectado

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 46.600,00	\$ 48.798,53	\$ 51.100,79	\$ 53.511,66	\$ 56.036,28
plantas grandes	\$ 32.000,00	\$ 33.509,72	\$ 35.090,67	\$ 36.746,21	\$ 38.479,85
plantas medianas	\$ 9.600,00	\$ 10.052,92	\$ 10.527,20	\$ 11.023,86	\$ 11.543,95
plantas pequeñas	\$ 5.000,00	\$ 5.235,89	\$ 5.482,92	\$ 5.741,59	\$ 6.012,48

INFLACIÓN:

3,15%

	1	2	3	4	5
COSTOS	\$ 35.675,46	\$ 36.799,24	\$ 37.958,42	\$ 39.154,11	\$ 40.387,46
COSTO DE PRODUCCION	\$ 16.536,56	\$ 17.057,46	\$ 17.594,77	\$ 18.149,01	\$ 18.720,70
costo directo	\$ 16.448,14	\$ 16.966,26	\$ 17.500,69	\$ 18.051,97	\$ 18.620,60
costos indirectos (gastos de fabricación)	\$ 88,42	\$ 91,21	\$ 94,08	\$ 97,04	\$ 100,10
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.767,40	\$ 6.980,57	\$ 7.200,46	\$ 7.427,27	\$ 7.661,23
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 8.007,63	\$ 8.259,87	\$ 8.520,05	\$ 8.788,43	\$ 9.065,27
GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.363,88	\$ 4.501,34	\$ 4.643,14	\$ 4.789,39	\$ 4.940,26
UTILIDAD BRUTA	\$ 10.924,54	\$ 11.999,29	\$ 13.142,37	\$ 14.357,56	\$ 15.648,82
Participación empleados (15%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 10.924,54	\$ 11.999,29	\$ 13.142,37	\$ 14.357,56	\$ 15.648,82
Impuesto a la renta (23%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	\$ 10.924,54	\$ 11.999,29	\$ 13.142,37	\$ 14.357,56	\$ 15.648,82
Reserva legal (5%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 10.924,54	\$ 11.999,29	\$ 13.142,37	\$ 14.357,56	\$ 15.648,82

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.03.08 Flujo de caja

Considerada como una herramienta vital para cualquier empresa porque permite conocer el dinero que entra y sale de la empresa.

Tabla 69:

Flujo de caja

	0	1	2	3	4	5
FUENTES	\$ 27.308,45	\$ 12.184,95	\$ 13.259,70	\$ 14.402,78	\$ 15.261,30	\$ 16.552,56
Aporte propio	\$ 21.577,45					
Préstamos	\$ 5.731,00					
Utilidad neta		\$ 10.924,54	\$ 11.999,29	\$ 13.142,37	\$ 14.357,56	\$ 15.648,82
Depreciación		\$ 1.057,41	\$ 1.057,41	\$ 1.057,41	\$ 700,75	\$ 700,75
Amortización de la inversión diferida		\$ 203,00	\$ 203,00	\$ 203,00	\$ 203,00	\$ 203,00
USOS	\$ 26.308,45	\$ 850,00	\$ 977,50	\$ 1.124,12	\$ 1.292,74	\$ -
Inversión fija	\$ 13.977,45					
Inversión diferida	\$ 1.015,00					
Capital de trabajo	\$ 11.316,00					
Amortización		\$ 850,00	\$ 977,50	\$ 1.124,12	\$ 1.292,74	\$ -
FLUJO ACTUAL	\$ 1.000,00	\$ 11.334,95	\$ 12.282,21	\$ 13.278,66	\$ 13.968,56	\$ 16.552,56
FLUJO ACUMULADO	\$ 1.000,00	\$ 12.334,95	\$ 24.617,16	\$ 37.895,82	\$ 51.864,39	\$ 68.416,95

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.04 Evaluación

5.04.01 Tasa de descuento

Es una medida financiera que se realiza para conocer el valor actual o presente de los flujos futuros que tiene una empresa.

Tabla 70:

Tasa de descuento

$$\text{TMAR} = \text{TASA ACTIVA} + \text{TASA PASIVA}$$

Tasa Activa	8,17%
Tasa Pasiva	4,53%
TMAR	12,70%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.04.02 Valor actual neto

Es un procedimiento que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo principal que es maximizar esta inversión.

Tabla 71:

Valor actual neto

VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = \sum_{i=0}^n \frac{F_i}{(1+r)^n}$$

VAN =

27.189,75

Elaborado por: Sorayda Pilapaña



5.04.03 Tasa interna de retorno

Es una medida de rentabilidad de una inversión realizada por parte de una empresa buscando la generación nuevos ingresos.

Tabla 72:

Tasa interno de descuento

**TASA INTERNA DE
RETORNO**

$$TIR = i + (i - i) \left[\frac{VAN^+}{VAN^+ + VAN^-} \right]$$

TIR

39,5400%

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión

Es el lapso de tiempo en el que se reivindica la inversión original, este tiempo depende de la cantidad que será invertida en la ejecución o implementación de una empresa.

Tabla 73:

Periodo de recuperación de la inversión

PRC =

$$\frac{100\%}{TIR}$$

2,529084471

2 años, 5 meses, 29 días

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.04.05 Relación costo beneficio

Este procedimiento permite determinar cuáles son los futuros beneficios por cada dólar invertido.

Tabla 74:

Relación costo beneficio

$$RBC = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

$$RBC = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{B_i}{(1+r)^i}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+r)^i}}$$

PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	C ACTUALIZ
1	\$ 46.600,00	41348,7134	\$ 35.675,46	31655,24658
2	\$ 48.798,53	38420,13849	\$ 36.799,24	28972,8366
3	\$ 51.100,79	35698,9836	\$ 37.958,42	26517,72933
4	\$ 53.511,66	33170,55795	\$ 39.154,11	24270,66353
5	\$ 56.036,28	30821,21124	\$ 40.387,46	22214,01014
		179459,6047		133630,4862

$$RBC = 1,342954065$$

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

5.04.06 Punto de equilibrio

Muestra la cantidad exacta que se deben producir los bienes o servicios e manera que no se tenga perdida en la operación.



PLANTAS GRANDES

Precio de venta unitario	8
Unidades vendidas	4000
Ingreso total	32000
Costo fijo total	4400,03
Costo variable total	5500
Costo variable unitario= cvt/n de unidades vendidas	6,5
Cantidad de equilibrio $cft/(p-cvu)$	2933,35333
Valor monetario	23466,64

Tabla 75:

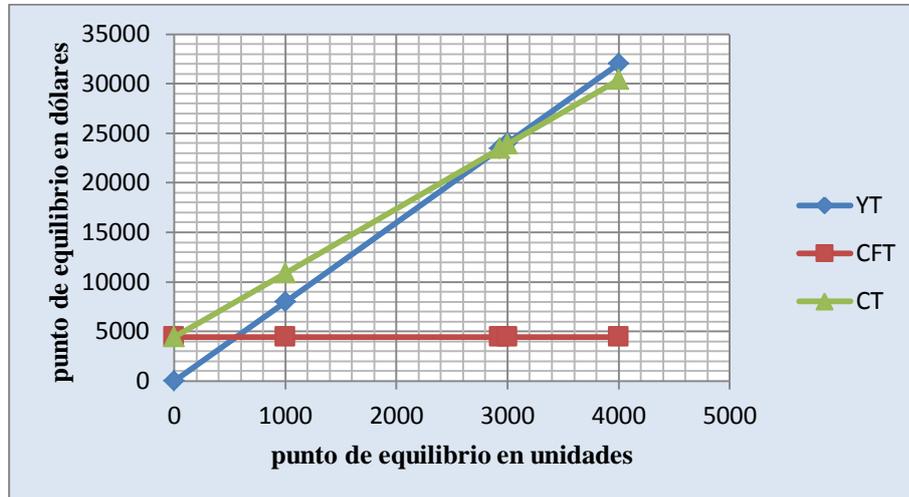
Punto de equilibrio (plantas grandes)

producción	YT	CVT	CFT	CT
0	0	0	4400,03	4400,03
1000	8000	6500	4400,03	10900,03
2933,33	23466,64	19066,645	4400,03	23466,675
3000	24000	19500	4400,03	23900,03
4000	32000	26000	4400,03	30400,03

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 45:

Punto de equilibrio (plantas grandes)



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

PLANTAS MEDIANAS

Precio de venta unitario	3
Unidades vendidas	3200
Ingreso total	9600
Costo fijo total	4400,03
Costo variable total	4129,96
Costo variable unitario= cvt/n de unidades vendidas	2,4
Cantidad de equilibrio $cft/(p-cvu)$	7333,38333
Valor monetario	22000,15

Tabla 76:

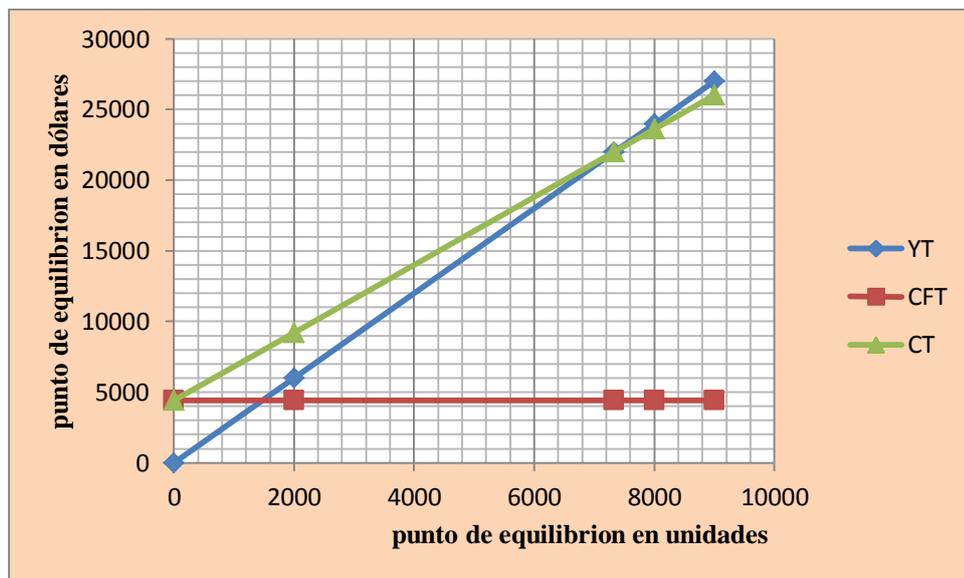
Punto de equilibrio (plantas medianas)

producción	YT	CVT	CFT	CT
0	0	0	4400,03	4400,03
2000	6000	4800	4400,03	9200,03
7333,38	22000,14	17600,112	4400,03	22000,142
8000	24000	19200	4400,03	23600,03
9000	27000	21600	4400,03	26000,03

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 46:

Punto de equilibrio (plantas medianas)



Elaborado por: Sorayda Pilapaña

PLANTAS PEQUEÑAS

Precio de venta unitario	2
Unidades vendidas	2500
Ingreso total	5000
Costo fijo total	4400,03
Costo variable total	2049,09
Costo variable unitario= cvt/n de unidades vendidas	1,6
Cantidad de equilibrio $cft/(p-cvu)$	11000,075
Valor monetario	22000,15

Tabla 77:

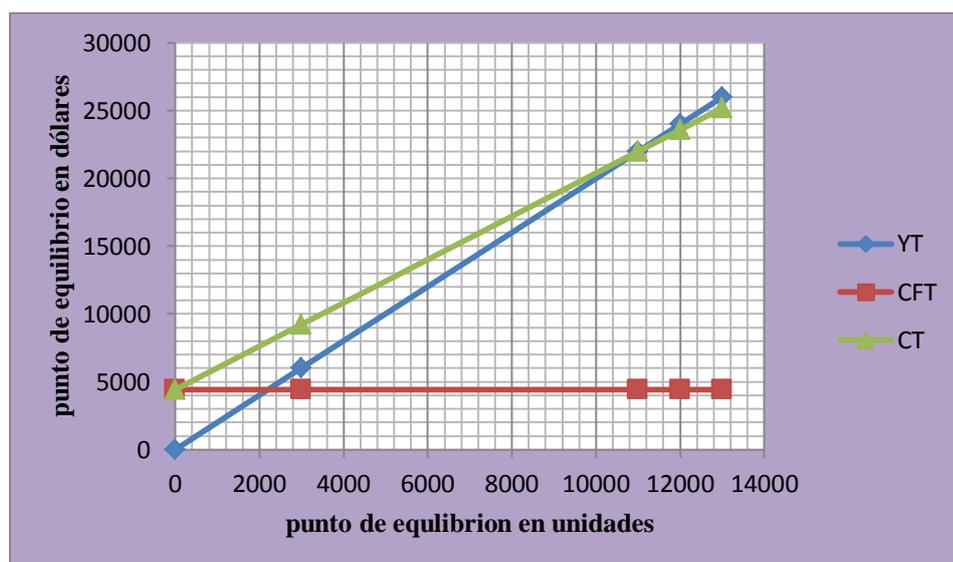
Punto de equilibrio (plantas pequeñas)

producción	YT	CVT	CFT	CT
0	0	0	4400,03	4400,03
3000	6000	4800	4400,03	9200,03
11000,075	22000,15	17600,12	4400,03	22000,15
12000	24000	19200	4400,03	23600,03
13000	26000	20800	4400,03	25200,03

Elaborado por: Sorayda Pilapaña

Figura 47:

Punto de equilibrio (plantas pequeñas)



Elaborado por: Sorayda Pilapaña



5.04.07 Análisis de índices financieros

Indica la rentabilidad sobre los recursos propios

$$\text{ROE:} \quad \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE:} \quad \frac{10924,54}{20577,45}$$

$$\text{ROE:} \quad 0,53$$

Indica el beneficio obtenido de la inversión

$$\text{ROI:} \quad \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{ROI:} \quad \frac{10924,54}{26308,45}$$

$$\text{ROI:} \quad 0,4152$$

Indica la utilidad de la inversión realizada

$$\text{ROA:} \quad \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales}}$$

$$\text{ROA:} \quad \frac{10924,54}{26308,45}$$

$$\text{ROA:} \quad 0,41$$



INDICADORES DE LIQUIDEZ

Indica que por cada dólar invertido la empresa cuenta con 1,97\$ para cubrir esas deudas

RAZÓN CORRIENTE: $\frac{\text{activo corriente}}{\text{pasivo corriente}}$

RAZÓN CORRIENTE: $\frac{11316}{5731}$

RAZON CORRIENTE: 1,97

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

Mide el riesgo que el dueño de la empresa tiene al momento de implementar la empresa.

END. SOBRE ACTIVOS: $\frac{\text{TOTAL PASIVO} * 100}{\text{TOTAL ACTIVO}}$

END. SOBRE ACTIVOS $\frac{26308,45}{5731}$

END. SOBRE ACTIVOS: 4,5



CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.01 Impacto ambiental

Una planta ornamental o planta de jardín, es aquella que se cultiva y se comercializa con propósitos decorativos por las diversas características que contienen las plantas como sus hojas, perfumes y sus diseños. El cultivo de las plantas son muy importantes dentro de la naturaleza, normalmente se las siembran en viveros especiales bajo plásticos específicos para que el calor del sol no sea tan fuerte. El cuidado de cada especie de planta ornamental es distinto esto implica la utilización de varios litros de agua que se deben usar a diario para la conservación ya que al día deben ser humedecidas por lo menos dos veces una en la mañana y otra en la tarde generando un gasto considerable de agua potable. Así también se debe fumigar a estas plantas para evitar que las plagas dañen su forma. Estos productos son tóxicos para el ser humano y para el planeta es por ello que al momento de realizar la respectiva fumigación se debe usar mascarilla, guantes y gorros para evitar enfermedades o irritaciones en la piel que con el pasar del tiempo pueden llegar a ser graves.

6.01.01 Plan de mitigación ambiental

Para establecer un correcto plan de mitigación ambiental para los desechos que generan las plantas ornamentales se debe conocer primeramente que tipo de desechos son los que se causa dentro de la aplicación de este proyecto. A través de un investigación clara se ha determinado que los desechos producidos son ORGÁNICOS porque pasan por el proceso de putrefacción.

Los mismos que sirven como abono natural y para ello se deben cavar un hoyo profundo en un lugar húmedo para que el proceso de putrefacción sea más rápido. El tamaño y profundidad de este hoyo se realiza dependiendo de la cantidad de desechos que se genere. Los olores que causan este tipo de abonos son mínimos porque se deben tapar con una cantidad de tierra considerable para evitar incomodidades en las personas que viven alrededor del vivero. De la misma forma es importante tener un manejo apropiado del agua y para ello se utilizará solo lo necesario usando una



manguera vertiendo el agua en cada funda de manera que no se desperdicie el líquido vital permitiendo que el agua se conserve por más tiempo en las plantas. No se usará rociadores de agua porque toma demasiado tiempo en humedecer a las plantas y en ocasiones no se moja a todas las plantas. Las fumigaciones se realizarán solo las veces necesarias es decir, una o dos veces al mes tratando en lo posible de producir menos contaminantes al aire. Las fundas de las plantas que ya no sirvan se utilizarán nuevamente para otras plantas disminuyendo así basura innecesaria y también reduciendo gastos al vivero.

6.02 Impacto económico

La implementación de este proyecto contribuye a cubrir la demanda insatisfecha en lo que respecta a la producción de plantas ornamentales y el servicio que prestan. Aportando en gran medida al PIB sectorial del Ecuador constituyendo así un avance muy importante al crecimiento económico del país. El vivero de plantas ornamentales "LAS GARDENIAS", beneficiará económicamente a dueño del proyecto y también a las personas a quienes visiten al vivero otorgándoles productos d calidad. La microempresa podrá cubrir todas sus obligaciones, es por eso que se dice que tendrá una utilidad en la actividad realizada.

Este proyecto involucra la contratación de personal con experiencia buscando reducir gastos en capacitaciones mientras se obtenga suficiente solvencia. Las utilidades que se obtengan por la aplicación de este proyecto estarán destinadas directamente en gran parte a la reinversión, es decir que se buscará ampliar la microempresa como en equipos, infraestructura u otras inversiones que generen crecimiento a la misma. Los flujos de caja generados con la aplicación de este proyecto son positivos y son importantes para conocer cuáles serán los ingresos y egresos reales que se producirán con este estudio. Todos estos datos servirán como punto de partida para detallar los costos y los beneficios futuros que se obtendrán a través del proyecto puesto que se analizó todos los aspectos importantes tanto pasados y presentes de este tipo de producción obteniendo información imprescindible para tomar decisiones en cuanto al tema financiero y económico de la microempresa.

6.03 Impacto productivo

Por medio de la información obtenida a través de la matriz productiva del país se puede determinar que este proyecto está orientado de forma correcta porque lo que el Ecuador busca es que la gente sea emprendedora y competitiva frente a otras microempresas ya sea dentro del país o fuera pues esta nación se ha caracterizado por ser proveedora de materias primas en el mercado internacional. Actualmente lo que se busca es generar productos de calidad que se comercialice internamente y en el exterior sustituyendo productos y servicios importados. De allí que se puede tomar como referencia el siguiente cuadro que muestra cuales son los sectores priorizados elegidos para la renovación de la MATRÍZ PRODUCTIVA.

INDUSTRIAS PRIORIZADAS

Información actualizada

Tabla 78:

Matriz productiva

SECTOR	INDUSTRIAS
BIENES	1) Alimentos frescos y procesados
	2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina)
	3) Confecciones y calzado
	4) Energías renovables
	5) Industria farmacéutica
	6) Metalmecánica
	7) Petroquímica
	8) Productos forestales
SERVICIOS	9) Servicios ambientales
	10) Tecnología (software, hardware y servicios informáticos)
	11) Vehículos, automotores, carrocerías y partes
	12) Construcción
	13) Transporte y logística
	14) Turismo

Fuente: SENPLADES

Elaborado por: SENPLADES



6.04 Impacto social

Por medio de la aplicación de este proyecto se aportará con la reducción del desempleo formando parte del Plan del Buen Vivir que busca que los ecuatorianos tengan una mejor vida en el país ya que las microempresas constituyen como un factor más al crecimiento del país porque son uno de los sectores que más se ha desarrollado en los últimos años por las facilidades de los microcréditos que han otorgado las entidades financieras con el fin de facilitar la creación de esas microempresas.

Sin dejar de lado que para ello es importante cambiar el estilo de vida que los ecuatorianos llevan es decir que primero se debe pensar y para luego actuar diferente refiriéndose al cambio que cada ecuatoriano debe tener con respecto a la producción que realizan tratando cada día de mejorar la calidad de los servicios y productos que ofrecen con el fin no solo de obtener ganancias personales sino también de que este país tenga una mejor imagen en el mercado internacional.

Es importante mencionar también que se debe eliminar los paradigmas de que lo extranjero es mejor. A través de este proyecto se busca mejorar todas estas condiciones que desfavorecen al desarrollo social del país.

Esta investigación contribuye también a la aplicación de nuevas ideas de comercio que surgen a través de pequeños pensamientos que con un buen manejo se pueden volver grandes proyectos de producción disminuyendo así la pobreza en el ECUADOR que a pesar del Bono de Desarrollo no se ha erradicado por completo. Para ser una persona emprendedora no se necesita de dinero sino de una buena dirección de los recursos con lo que se cuenta para saber qué debemos hacer con ello y cuáles son los mecanismos que se debe aplicar para no realizar una mala inversión de recursos.

Se debe impulsar esta clase de proyectos para que las personas no busquen empleo al contrario sean generadoras de trabajo y que este país se convierta en país desarrollado convirtiéndose en productor y no en proveedor. Conocer este tipo de impacto es muy importante porque se obtendrá información que puede ayudar a determinar qué actividad necesita el país que se desarrolle.



CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez terminados todos los capítulos de este proyecto de factibilidad han sido investigados, desarrollados, y analizados se procede a realizar las conclusiones y recomendaciones.

7.01 Conclusiones

- ✓ Se ha determinado que para satisfacer la demanda de los clientes de los viveros y cumplir con sus expectativas los viveros deben contar con ciertas características como:
 - Buen servicio al cliente
 - Innovación de productos y servicios
 - Comodidad durante la instancia
 - Contar con personal capacitado
- ✓ La investigación de este proyecto ha permitido determinar que no existe un vivero de plantas ornamentales que cuente con las características antes mencionadas y que se debe trabajar mucho para aumentar la demanda de este sector de la agricultura.
- ✓ Las condiciones de calidad en cuanto a los servicios y la producción de plantas no es la correcta porque falta mucho por hacer para que este sector sea más competitivo a nivel nacional y porque no a nivel internacional.
- ✓ Se puede determinar que la estructura organizacional es muy importante para establecer parámetros que se deben seguir con respecto al personal, sus funciones y el orden jerárquico que se debe tener para ello se debe elaborar un organigrama de acuerdo al número de personal que se tenga.



- ✓ De acuerdo con la investigación realizada y tomando en cuenta aspectos de producción se puede deducir que es factible la realización de un proyecto de inversión que se trate sobre la producción de plantas ornamentales para así tomar en cuenta los detalles que se deben tomar en cuenta para que una microempresa funcione correctamente
- ✓ La elaboración de este estudio contribuyó a determinar los factores necesarios tanto humanos como técnicos para la instalación y operación del vivero ornamental "LAS GARDENIAS", aspectos como son el tamaño y la distribución de la planta, la localización, la maquinaria y equipo requerido para una correcta implementación.

7.02 Recomendaciones

- ✓ Comprobada la factibilidad técnica y económica del proyecto anteriormente, se recomienda la implantación del vivero ornamental, en vista de que los indicadores financieros muestran una rentabilidad coherente.
- ✓ Se debe conservar una buena imagen del vivero ornamental ante los clientes y proveedores, brindando productos de calidad y un servicio eficiente a través de profesionales que comprendan los objetivos empresariales.
- ✓ Efectuar estándares de calidad tanto para el servicio como para los productos con el fin de fidelizar a los clientes.
- ✓ Implementar políticas de empresariales que sirvan como guía para el personal del vivero ornamental.
- ✓ Aplicar correctamente las estrategias de marketing establecidas que estimulen la compra de las plantas obteniendo así una mejor rentabilidad.



- ✓ Se sugiere que para el desarrollo de este tipo de proyectos se busque personal con experiencia ya que al comenzar se tendrá demasiados gastos y no se podrá cubrir con las capacitaciones respectivas.

- ✓ Es recomendable que se utilice semillas de rápido crecimiento para tener mayor número de plantas ornamentales para satisfacer a los clientes de una mejor manera, además de producir su mismo abono orgánico por medio de plantas que ya no sirven para reducir costos de los insumos.



Bibliografía

Perspectiva Económicas del Ecuador. (2013). Quito: Española.

Arrieta, C. (10 de enero de 2013). *Definiciones*. Recuperado el 15 de junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/general/objetivo.php>

Arteaga, P. (2009). *Comportamiento del Consumidor*. Madrid: Pearson.

Baute, B. (2013). *Perspectiva Económica del Ecuador*. Quito: Española.

Benitez, C. (2013). Desempleo disminuye en junio del 2013 en el Ecuador, según INEC. *El Universo*, 11.

David, R. (2003). *Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.

Díaz, V. (2001). *Diseño y Elaboración de Cuestionarios*. Madrid: Esic.

Ecuador, B. C. (10 de junio de 2013). *Banco Central del Ecuador.com*. Recuperado el 15 de junio de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Ecuador, B. C. (13 de junio de 2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 10 de junio de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/>

Ecuador, B. C. (13 de junio de 2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 03 de junio de 2013, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Ecuador, B. C. (12 de mayo de 2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 13 de mayo de 2013, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=variacion_pib

Ecuador, B. C. (11 de mayo de 2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 16 de mayo de 2013, de [http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=variacion_tasa de interés activa](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=variacion_tasa_de_interes_activa)

Ecuador, B. C. (10 de junio de 2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 10 de junio de 2013, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

Enrique, P. (2004). *Exportación Efectiva*. Mexico: ISEF.

Fernández, E. (10 de julio de 2013). *Grupos étnicos del Ecuador*. Recuperado el 12 de julio de 2013, de <http://gruposetnicosec.blogspot.com/2013/04/ecuador-multietnico-y-pluricultural.html>

Flores, P. (2006). *Recomendaciones en Estadísticas de Trabajo*. Lima: Ginebra.

Maldonado, P. (2007). *Demografía*. Mexico : Plaza y Valdés.

MARTÍNEZ, D. (2003). *Análisis del Entorno*. Madrid: Diaz de Santos.

Palma, D. (2004). *Investigación de Mercado*. México: Pearson Educación .

Parreño, J. (2006). *Dirección Comercial*. Quito: Club Universitario.

Philip, K. (2002). *Dirección de Marketing*. Distrito Federal: Pearson Educación.

Pineda, L. (13 de junio de 2013). *La coyuntura de cambio en Ecuador*. Recuperado el 18 de junio de 2013, de <http://www.institut-gouvernance.org/fr/analyse/fiche-analyse-458.html>

Quito, M. d. (20 de agosto de 2013). *Municipio de Quito*. Recuperado el 22 de agosto de 2013, de



http://www.quito.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=332&Itemid=84

Quito, M. d. (22 de agosto de 2013). *Municipio de Quito*. Recuperado el 24 de agosto de 2013, de

http://www.quito.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=332&Itemid=84

Quito, M. d. (22 de agosto de 2013). *Municipio de Quito*. Recuperado el 24 de agosto de 2013, de

http://www.quito.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=332&Itemid=84

Reyes, J. U. (2008). *Evolución Histórica de la Migración Internacional*. Distrito Federal: publicaciones Castillos.

Rodríguez, P. (10 de junio de 2013). Los avances de la tecnología en Ecuador son paulatinos. *El Comercio*, pág. 2.

Talaya, E. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid: ESIC.

Vega, V. (2006). *Mercadeo Básico*. Lima: publicaciones América.

Véles, M. d. (2007). *Geografía Nacional*. Madrid: Esic.



Anexos