



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA
MENCIÓN C.P.A**

TÍTULO DEL PROYECTO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN VIVERO
PRODUCTIVO DE PLANTAS ORNAMENTALES EN EL KM. 6 DE LA
VÍA MILAGRO – PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO”**

AUTORAS:

**DOMÍNGUEZ MEDINA JANINA VANESSA
DOMÍNGUEZ MEDINA MABEL GIOMARA**

TUTORA:

ECON. EVELYN ARTEAGA

MILAGRO, MARZO DEL 2013

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la Investigación para optar por el título de: INGENIERAS EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA, MENCIÓN CPA.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por las Egresadas:

Domínguez Medina Janina Vanessa

C.I. 092571617-7

Domínguez Medina Mabel Giomara

C.I. 092571614-4

TUTOR

Econ. Evelyn Arteaga

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras: Egresadas, Domínguez Medina Janina Vanessay Domínguez Medina Mabel Giomara, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo”**, del cual nos responsabilizamos por ser las autoras del mismo y tener la asesoría personal delaEcon. Evelyn Arteaga.

Milagro, Marzo del 2013

Domínguez Medina Janina Vanessa
C.I. 092571617-7

Domínguez Medina Mabel Giomara
C.I. 092571614-4

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA, MENCIÓN C.P.A. Otorga al presente Proyecto de Investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a Dios, a mis padres, hermanas y en especial a mi hijo.

A Dios porque me dio la oportunidad de vivir y ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento de mi inteligencia y capacidad.

Es por ellos que soy lo que soy ahora, a mis hermanas que muchas veces no pudieron tener a una hermana a tiempo completo y a mi hijo por no tener una mamá con quien jugar y dedicarle más tiempo... Los amo con mi vida

Las Autoras

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a todos mis seres queridos por ser quienes han estado a mi lado en todos estos momentos dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.

Le agradezco a mi mamá Imelda y mi papá Carlos ya que gracias a ellos soy quien soy hoy en día, fueron los que me dieron ese cariño y calor humano necesario, son los que han velado por mi salud, mis estudios, mi educación, alimentación entre otros, son a ellos a quien les debo todo, horas de consejos, de regaños, de reprimendas, de tristezas y de alegrías de las cuales estoy muy segura que las han hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y de las cuales me siento extremadamente orgullosa.

Le agradezco a mi Hermana y Compañera de tesis Janina quien me ha acompañado en toda la carrera universitaria, compartiendo grandes momentos y brindándome sobre todo su más sincera amistad. Gracias por aceptar a dar conmigo este último paso en el cual hemos tenido muchos problemas e inconvenientes pero que hemos salido victoriosas recuerda siempre te llevare en mi corazón.

Motivo por el cual damos nuestros más sinceros agradecimientos a nuestra Asesora, Eco. Evelin Arteaga A., quien a lo largo de este tiempo nos apoyó con su experiencia, su paciencia y su motivación en el desarrollo de este nuevo plan estratégico de negocio, el mismo que ha finalizado llenando todas nuestras expectativas.

Y sobre todo, gracias a cada una de nosotras ya que llegamos a formar un gran equipo dedicando todo nuestro tiempo y conocimientos para lograr nuestro sueño anhelado.

A todos ustedes nuestro mayor reconocimiento y gratitud.

Mabel Domínguez Medina

AGRADECIMIENTO

A **Dios** Por haberme permitido llegar hasta este punto por haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad, por darme la oportunidad de vivir e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres **Imelda Medina y Carlos Domínguez** por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi hermana Carlina Domínguez por ser el ejemplo de una hermana mayor y de la cual aprendí aciertos y de momentos difíciles, a mis sobrinos Cristian Altamirano, Jimmy Cantos que fueron las personas que cuando estaba triste, ellos me daban esa alegría en la cual me fortalecía para seguir con mi objetivo de ser una profesional, sobre todo a mi compañera, hermana amiga de tesis Mabel Domínguez que estuvo conmigo en los buenos y malos momentos que tuvimos que pasar para que así podamos estar en donde estamos cumpliendo uno de nuestros sueños, a mi enamorado Eduardo Bermeo por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón, a la Ing. Diana López por tu amistad siempre sincera, por tu gran carisma, por tu apoyo incondicional, por abrirme las puertas de tu casa y de tu familia; y por ser mi mejor amiga.

A la Ing. Evelyn Arteaga que nos ayudó en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis. A los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario. Finalmente quiero agradecerles a todas aquellas personas que tocaron mi vida, de todas he aprendido algo, sin ustedes yo no sería la persona que ahora soy.

Janina Domínguez Medina

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Lic.

Jaime Orozco Hernández Msc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro.

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Marzo del 2013

Domínguez Medina Janina Vanessa
C.I. 092571617-7

Domínguez Medina Mabel Giomara
C.I. 092571614-4

ÍNDICE GENERAL

A.- PÁGINAS PRELIMINARES:

CARATULA	i
ACEPTACIÓN DE LA TUTORA	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORES.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS	xiiiiv
INDICE DE GRÁFICOS	xvi
INDICE DE FIGURAS	xvii
RESUMEN	xix
ABSTRACT	xx

B.- TEXTO:

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Problematización.....	2
1.1.2 Delimitación del problema	3
1.1.3 Formulación del problema	3
1.1.4 Sistematización del problema.....	3
1.1.5 Determinación del tema	3
1.2 OBJETIVOS.....	3
1.2.1 Objetivo General de la Investigación	3

1.2.2	Objetivos Específicos de Investigación.....	4
1.3	JUSTIFICACIÓN	4
CAPITULO II	5
2.1	MARCO TEÓRICO	5
2.1.1	Antecedentes Históricos	5
2.1.2	Antecedentes Referencial	8
2.1.3	Fundamentación	13
2.2	MARCO LEGAL	19
2.3	MARCO CONCEPTUAL	30
2.4	HIPÓTESIS Y VARIABLES	32
2.4.1	Hipótesis General	32
2.4.2	Hipótesis Particulares	32
2.4.3	Declaración de Variables	33
2.4.4	Operacionalización de las Variables	33
CAPITULO III	35
3.1	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.2	LA POBLACION Y LA MUESTRA.....	36
3.2.1	Característica de la población	36
3.2.2	Delimitación de la población.....	36
3.2.3	Tipo de muestra	36
3.2.4	Tamaño de la muestra	37
3.2.5	Proceso de selección.....	37
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	37
3.3.1	Método Inductivo	37
3.3.2	Método Deductivo.....	38
3.3.3	Método Hipotético.....	38
3.3.3	Técnicas de Investigación	38

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	38
CAPÍTULO IV.....	39
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.	39
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.	50
4.3 RESULTADOS	50
CAPITULO V	54
5.1 TEMA.....	54
5.2 FUNDAMENTACIÓN	54
5.3 JUSTIFICACIÓN	55
5.4 OBJETIVOS	55
5.4.1 Objetivo General de la propuesta	55
5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta.....	55
5.5 UBICACIÓN	55
5.6 FACTIBILIDAD	58
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	60
5.7.1 Actividades.....	60
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero	73
5.7.3 Impacto.....	85
5.7.4 Cronograma.....	85
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	85
CONCLUSIONES	87
RECOMENDACIONES	88
C.- MATERIALES DE REFERENCIA:	
BIBLIOGRAFÍA	89
ANEXOS	90
Anexo 1: Formato de Encuentas.....	91
Anexo 2: Documentos para permisos	93

Anexo 3: Permiso de Dirección de Higiene	95
Anexo 4: Permiso de Funcionamiento MSP	96
Anexo 5: Afiliación a la Camara de Comercio.....	97
Anexo 6: Depreciación de los Activos Fijos	98
Anexo 7: Indices Financieros	99-100

ÌNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	
Operacionalización de las variables.....	34
Cuadro N° 2	
Encuesta pregunta # 1.....	40
Cuadro N° 2	
Encuesta pregunta # 2.....	41
Cuadro N° 4	
Encuesta pregunta # 3.....	42
Cuadro N° 5	
Encuesta pregunta # 4.....	43
Cuadro N° 6	
Encuesta pregunta # 5.....	44
Cuadro N° 7	
Encuesta pregunta # 6.....	45
Cuadro N° 8	
Encuesta pregunta # 7.....	46
Cuadro N° 9	
Encuesta pregunta # 8.....	47
Cuadro N° 10	
Encuesta pregunta # 9.....	48
Cuadro N° 11	
Encuesta pregunta # 10.....	49
Cuadro N° 12	
Verificación de Hipótesis.....	53

Cuadro N° 13	
Matriz FODA.....	64
Cuadro N° 14	
Estrategias Competitivas.....	65
Cuadro N° 15	
Fuerzas de Porter.....	67
Cuadro N° 16	
Requerimiento de Personal.....	77
Cuadro N° 17	
Detalle de Gastos.....	79
Cuadro N° 18	
Presupuesto de Ingresos.....	80
Cuadro N° 19	
Inversión del Proyecto.....	81
Cuadro N° 20	
Financiación del Proyecto.....	82
Cuadro N° 21	
Tasa Anual.....	83
Cuadro N° 22	
Préstamo Bancario.....	84
Cuadro N° 23	
Tabla de amortización.....	85
Cuadro N° 24	
Estado de pérdidas y ganancias.....	86
Cuadro N° 25	
Balance General.....	87

Cuadro N° 26

Flujo de Caja.....88

Cuadro N° 27

Cronograma de actividades.....89

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	
Encuesta pregunta # 1.....	41
Gráfico N° 2	
Encuesta pregunta # 2.....	42
Gráfico N° 3	
Encuesta pregunta # 3.....	43
Gráfico N° 4	
Encuesta pregunta # 4.....	44
Gráfico N° 5	
Encuesta pregunta # 5.....	45
Gráfico N° 6	
Encuesta pregunta # 6.....	46
Gráfico N° 7	
Encuesta pregunta # 7.....	47
Gráfico N° 8	
Encuesta pregunta # 8.....	48
Gráfico N° 9	
Encuesta pregunta # 9.....	49
Gráfico N° 10	
Encuesta pregunta # 10.....	50
Gráfico N° 11	
Encuesta pregunta # 11.....	51
Gráfico N° 12	
Organigrama Estructural.....	60

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	
Arboles.....	7
Figura N° 2	
Arbustos.....	7
Figura N° 3	
Trepadoras.....	7
Figura N° 4	
Acuáticas.....	7
Figura N° 5	
Palmeras.....	8
Figura N° 6	
Bulbosas.....	8
Figura N° 7	
Tuberosas.....	8
Figura N° 8	
Crasulaceas.....	8
Figura N° 9	
Helechos.....	9
Figura N° 10	
Herbaceas.....	9
Figura N° 11	
Bambues.....	9
Figura N° 12	
Epifitas.....	9

Figura N° 13

Poda.....18

Figura N° 14

El Riego.....18

Figura N° 15

Ubicacion.....57

Figura N° 16

Logotipo.....61

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se analizó las actividades que se desarrollan en la creación de Vivero Productivo de Plantas Ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto.

En el Capítulo I contiene el Planteamiento del Problema con su sistematización, especificando el porqué, se debe de efectuar este trabajo. En el Capítulo II se presenta los antecedentes históricos y referenciales acerca del tema tratado, sumando a ello la parte de fundamentación teórica dando paso a la hipótesis de la investigación.

El Marco Metodológico lo encontramos en el Capítulo III, especificando el tipo de la investigación, las técnicas e instrumentos utilizados junto con el cálculo de la muestra en relación a una población sustentada en información calificada. En el Capítulo IV se establece el análisis de los datos que se obtuvieron en la investigación, analizándolos y presentando la verificación de las hipótesis para dar paso al Capítulo V donde presentamos la propuesta para La Creación de un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales y así promover el desarrollo, crecimiento y progreso del vivero.

Palabras Claves: Plan de Negocios, Variedad de Plantas Ornamentales, Comercialización, Invernadero, Desarrollo y Crecimiento.

ABSTRACT

In the present work of investigation one analyzed the activities that are developed in the creation of Productive Breeding ground of Ornamentales en Plants km. 6 of the Route Miracle - Parish Robert.

In Chapter I it contains the Exposition of the Problem with its systematization, specifying because, this work is due to carry out. In Chapter II one appears the historical and referential antecedents about the treated subject, adding to it the part of theoretical fundamentación taking step to the hypothesis of the investigation.

Methodologic Marco we found it in Chapter III, specifying the type of the investigation, the techniques and instruments used along with the calculation of the sample in relation to a population sustained in described information. In Chapter IV the analysis of the data settles down that were obtained in the investigation, analyzing them and presenting/displaying the verification of the hypotheses to take step to Chapter V where we presented/displayed the proposal for the Creation of a Productive Breeding ground of Ornamentales Plants and thus to promote the development, growth and progress of the breeding ground.

Key words: Plan of Businesses, Variety of Ornamentales Plants, Commercialization, Conservatory, Development and Growth.

INTRODUCCIÓN

El origen de este diseño surge con la idea de aportar al desarrollo agrícola de la ciudad de Milagro, ya que no existen viveros productivos de plantas ornamentales y al mismo tiempo brindaremos un lugar sano y divertido donde puedan asistir en familia.

El presente diseño realiza un análisis de las principales características de la creación de un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo, para el cual se realizara diferentes estudios.

Se efectuará un análisis del mercado, identificando nuestra demanda potencial, precios, ubicación, estrategias publicitarias, etc. Además también se realizara un estudio técnico para establecer el tipo y la cantidad de material que necesitaremos para la estructura y amueblado del invernadero y semillero.

Se desarrollará un análisis financiero y económico para demostrar la viabilidad y rentabilidad del proyecto implementando estrategias de marketing para el desarrollo del mismo.

Se realizará una investigación sobre la evolución de la producción de plantas ornamentales a nivel mundial y como este se ha desarrollado en el Ecuador y cuál es el impacto positivo que daremos en la ciudad de Milagro al implementar un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales.

El resultado de este diseño es brindar a la Ciudad de Milagro un lugar sano donde puedan adquirir todo tipo de plantas ornamentales y al mismo tiempo incentivar el turismo dando a conocer a Milagro que está en vía de desarrollo y que puede ser atractiva para futuros inversionistas, y ofrecer fuentes de trabajo a los milagreños.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN.

El Cantón Milagro posee una diversidad natural, dada a las bondades de su clima, existe una gran cantidad de jardines y viveros en donde se cultivan una amplia variedad de plantas ornamentales.

En vista del desconocimiento de variedad existe un mayor desaprovechamiento del mercado. Esto es debido a que no existe gran variedad de plantas, de esta manera los jardines y viveros tienen alta demanda tanto a nivel nacional como internacional, en un área de 8 kilómetros a lo largo de la vía que unen al cantón Milagro con la parroquia rural Roberto Astudillo localizamos más de una treintena de viveros y jardines, por consiguiente la necesidad de contar con un nuevo vivero donde se cultiven otras variedades de plantas ornamentales y que contemple muchas más innovaciones en cuanto a flores de verano.

Dentro de los múltiples problemas que existen al momento de poner en marcha un vivero existe el temor a invertir, y la poca disponibilidad de terreno ya que gran parte de la carretera de la Vía Roberto Astudillo está inmersa en el mismo negocio.

El desaprovechamiento del mercado y el poco desarrollo empresarial han sido los principales efectos que han ocasionado el desaprovechamiento del mercado de plantas ornamentales.

El lento crecimiento de inventario y la falta de innovación en cuanto a la producción de plantas ornamentales han sido causa de que los clientes busquen otros sitios que ofrezcan mayor variedad de flores de verano y con una mejor atención.

1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

- País: Ecuador
- Zona: Región 5
- Provincias: Guayas
- Cantón: Milagro
- Sector: Agrícola
- Área temática: Comercialización.

1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo afecta la escasa variedad de plantas ornamentales en el Km6 Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo para satisfacer las expectativas del cliente?

1.1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿En qué forma incide el desconocimiento de las variedades de plantas ornamentales en el aprovechamiento de los mercados?
- ¿En qué manera influye el temor a invertir en el desarrollo empresarial del sector?
- ¿Cómo incide en la innovación de negocios la falta de terreno para el cultivo de plantas ornamentales?
- ¿En qué afecta el temor a no vender en el incremento de inventarios?

1.1.5 DETERMINACIÓN DEL TEMA

Estudio de factibilidad para la Creación de un vivero productivo de plantas ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Realizar una investigación sobre la escasa variedad de plantas ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Roberto Astudillo para satisfacer las expectativas del cliente.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN

- Determinar en qué forma incide el desconocimiento de las variedades de plantas ornamentales en el aprovechamiento de los mercados.

- Investigar en qué manera influye el temor a invertir en el desarrollo empresarial del sector.
- Analizar como incide en la innovación del negocio la falta de terreno para el cultivo de plantas ornamentales.
- Establecer en qué afecta el temor a no vender en el incremento de inventarios.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se la realiza porque en la ciudad de Milagro no existe un lugar que cubra las expectativas en cuanto a la producción y comercialización de plantas ornamentales motivo por el cual la ciudadanía no está satisfecha por completo por lo que consideramos necesarios la Creación de un vivero productivo de plantas ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo que es para brindar un espacio diferente demostrando a toda la ciudadanía que si hay lugares donde se pueda adquirir plantas ornamentales de diversos colores y estilos.

La implantación de un vivero tiene como propósito la producción y comercialización de plantas ornamentales a gran escala. La producción de las plantas tiene como finalidad cubrir causas que ocasiona una deforestación como las lluvias ácidas, el efecto invernadero, la destrucción de la capa de ozono, la tala indiscriminada de bosques, la falta de control de los recursos vivos, etc. son llamados de atención que hace la naturaleza razón por la cual se pretende la implantación del vivero y las necesidades de reforestación del Cantón Milagro y gran parte de las zonas aledañas. La producción y comercialización dará solución a estos problemas y mejorará las condiciones económicas de vida de la población.

El proyecto es factible de realizarse, desde el punto de vista político, ya que una de las estrategias del Gobierno Provincial del Guayas es contrarrestar el deterioro de los recursos naturales renovables, a través de la Dirección de Gestión Ambiental con el área de producción y manejo forestal, con la adquisición y reforestación de estas plantas.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

San Francisco de Milagro es como se llama hoy lo que en la época de la Conquista se denominó Chirijo. En tiempo de los españoles, vino a establecerse un ex - Oidor, atraído por la hermosura del paisaje y por la fertilidad de la tierra virgen, (en el sitio en que se levanta hoy el Ingenio “Valdez”). La esposa del ex - Oidor adquirió unas terribles calenturas con frío (Paludismo agudo), que puso en peligro su vida.

Como Pelletier y Caventou no habían descubierto todavía el sulfato de Quinina, el ex Oidor, con la fe religiosa de la época, pidió un milagro a San Francisco, que devolviera la salud a su esposa. El milagro se produjo bajo la forma de un indio herbolario, que provisto de unas cortezas del árbol de la quina y de unos trozos del bejuco llamado Zaragoza, preparo un cocimiento que administrado a la enferma y repetido a dosis regulares, devolvieron la salud a la señora, después de diez días de tratamiento.¹

El español en agradecimiento a San Francisco de Asís, pidió al gobernador de Guayaquil, que se fundara aquí una villa con el nombre de San Francisco del Milagro. La villa no se fundo en ese entonces, probablemente por la pobreza del cabildo Guayaquileño; pero el Recinto, a orillas del río Chirijo, fue bautizado con el nombre de San Francisco del Milagro.

Milagro es una ciudad de contrastes, con calles anárquicas y espacios meticulosamente cuidados, pero lo que más llama la atención es su obsoleto sistema de transportación porque a más de los conocidos buses, taxis y moto taxis, existen motos y triciclos que hacen fletes.

¹es.wikipedia.org/wiki/Cantón_Milagro

La importancia agrícola del Cantón es reconocida gracias a su magnífica producción de arroz, café, cacao, piña y caña de azúcar lo cual hace notorio en sus campos el color verde.

HISTORIA DE LOS VIVEROS

Los primeros Viveros que se instalaron fue en Argentina, a partir de 1875, aparecen en coincidencia con la llegada masiva de inmigrantes europeos, principalmente alemanes, belgas, españoles, italianos y portugueses, que junto a los japoneses, que llegaron en la década de los cuarenta, dieron origen a los grandes Viveros productores actuales.

Es exactamente en 1947 cuando la Asociación Argentina de Floricultores y Viveristas comienza a desarrollar actividades, obteniendo la personería jurídica en 1974. En la actualidad nuclea alrededor de 150 de los Viveros productores de plantas más importantes y los representa en la defensa de sus intereses empresarios.²

PLANTAS ORNAMENTALES

Una planta ornamental es aquella que se cultiva y se comercializa con la finalidad principal de mostrar su belleza. Hay numerosa plantas que tienen un doble uso, alimentario y ornamental como el olivo o el naranjo.

En agricultura las plantas ornamentales normalmente se cultivan al aire libre en viveros o con una protección ligera bajo plásticos o en un invernadero con calefacción ó temperatura controlada. Las plantas ornamentales vivas son aquellas que se venden con o sin maceta pero que están preparadas para ser trasplantadas o simplemente transportadas al lugar de destino.

Importancia

La importancia de las plantas ornamentales se ha incrementado con el desarrollo económico de la sociedad y el incremento de las áreas ajardinadas en las ciudades, y con el uso de plantas de exterior e interior por los particulares. Actualmente hay más de 3.000 plantas que se consideran de uso ornamental.

² <http://www.monografias.com/trabajos80/proyecto-presupuesto-vivero-sol/proyecto-presupuesto-vivero-sol.shtml>

Tipos de Plantas Ornamentales

- ✧ **ÁRBOLES:** coníferas como el cedro, el pino, etc. Angiospermas de hoja persistente como la encina o caducifolias como el tilo. Helechos arborescentes como Dicksonia.



Figura 1

- ✧ **ARBUSTOS:** Cotoneaster, Llorer-cirer, etc.



Figura 2

- ✧ **TREPADORAS:** hiedra, Passionaria, helecho trepador japonés, etc.



Figura 3

- ✧ **ACUÁTICAS Y PALUSTRES:** nenúfares, entre los que se encuentran el loto y el irupé. El helecho acuático Ceratopteris. Las lentejas de agua.



Figura 4

- ✧ **PALMERAS:**



todas las de la familia

Palmaceae, como Phoenix, Washingtonia, Trachycarpus, etc.

Figura 5

✧ CÍCADAS: *Cycas revoluta*

✧ BULBOSAS O BULBONICAS: narciso, Jacinto, gladiolo etc.



Figura 6

✧ TUBEROSAS: dalia.



Figura 7

✧ CRASULÁCEAS: todos los cactus y muchas más, como algunas Euphorbias.



Figura 8

✧ HELECHOS: Angiopteris, Osmunda, etc.



Figura 9

✧ HERBÁCEAS: Petunia, Impatiens, Alfabrega etc.



Figura 10

✧ CÉSPEDES: muchas especies de pastos poáceos.

✧ BAMBÚES: Bambusoideae. Por ejemplo, bambú del Japón.



Figura 11

✧ PLANTAS DE INTERIOR: Ficus, Dieffenbachia, Croton, etc.

✧ EPÍFITAS: como el clavel del aire.³



Figura 12

³ <http://kragando.galeon.com/>

2.1.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

TEMA:

Estructuración y Operativización de una Asociación para Potenciar la Producción y Comercialización de Plantas Ornamentales en la Parroquia Rural de Nayón del Cantón Quito, Provincia de Pichincha.

PRESENTADO POR:

QuijiaTipán Rodolfo Iván

Quito, 2011

RESUMEN:

La economía ecuatoriana ha estado unida fuertemente a la producción de las plantas ornamentales desde el periodo que se instalaron los primeros viveros en el Ecuador. Las flores y plantas ornamentales se han convertido en un principal generador de divisas y recursos permitiendo crear fuentes de empleo y con ello el manejo político y económico de los gobernantes en turno.

Entre los problemas que enfrenta el sector se encuentra la existencia de una fuerte competencia extranjera, las altas tasas de interés del sistema financiero para el sector agrícola, la tendencia del precio a la baja debido a la sobreproducción nacional y mundial, y la falta de apoyo a las asociaciones.

Los productores de plantas ornamentales se han visto afectados por el incremento de los costos de producción. La falta de organización que permita la unión de criterios de los productores de las plantas ornamentales con las comercializadoras no han facilitado trabajos con calidad y así obtener mayor rendimiento y desarrollando economías a escala con tecnología apropiada para de esta manera reducir costos y aumentar su rendimiento.

FLOR ETERNA SISA HUIÑAI S.A.

Quito – Ecuador

Es una empresa de tipo agrícola que se encarga de la producción, comercialización y exportación de flores de verano a mercados internacionales y a través de esto satisfacer la demanda de empresas y personas.

Misión:

FLOR ETERNA SISA HUIÑAI S.A. es una empresa dedicada a la producción y exportación de flores de verano, bajo procesos en los que cada variedad resulte única y de excelente calidad, a través de procesos eficaces que les permita superar sus expectativas. Se encuentra respaldada con personal capacitado y comprometido con los objetivos de la empresa.

Visión:

FLOR ETERNA SISA HUIÑAI S.A., que es una empresa ecuatoriana tiene como visión crecer con respeto, honradez, seguridad y versatilidad, para proyectarse al futuro como la mejor empresa de flores de verano de calidad, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, cuidando al mismo tiempo el bienestar social y ambiental.

Valores:

- ✦ **Respeto.-** Es la base sobre la que se sustenta la ética y la moral, en cualquier campo de las actividades que la empresa realiza, hacia sus trabajadores, clientes y medio ambiente.
- ✦ **Honradez.-** Actitud transparente en todas las etapas de nuestro proceso productivo, manteniendo seriedad en el trabajo que realizamos.
- ✦ **Seguridad.-** Demostrar que la empresa brinda total solidez y confianza a sus clientes internos y externos.
- ✦ **Versatilidad.-** La empresa estará en capacidad y habilidad de ajustarse rápidamente a los cambios de su entorno tanto internos y externos, con la finalidad de obtener los mejores resultados en los objetivos planteados.
- ✦ **Calidad.-** Manejo de altos y únicos estándares de calidad implementados en todo el proceso de producción de flores de verano dando como resultado variedades diferentes y exclusivas, que les permita proyectarse como la mejor empresa de flores de verano.

Políticas:

Nuestras políticas marcar el camino de guía para ofrecer un servicio óptimo y acorde a nuestra misión.

- ✦ Realizar todo trabajo en la empresa con: respeto, honestidad, seguridad y versatilidad.
- ✦ Trabajar con pro actividad y optimismo para obtener procedimientos únicos.
- ✦ Cumplir con los estándares de calidad para exceder las expectativas de los clientes.
- ✦ La empresa cumplirá los requisitos acordados con los clientes.

- ✧ Priorizar en la empresa todo lo que involucra la responsabilidad social y ambiental.

Objetivos Estratégicos:

Como objetivos principales de nuestra empresa podemos señalar los siguientes:

- ✧ Obtener variedades únicas.
- ✧ Realizar procedimientos que den como resultados productos de alta calidad.
- ✧ Capacitar permanentemente al personal.
- ✧ Conocer el tipo de mercado al cual se va a ofertar nuestros productos.
- ✧ Cumplir a cabalidad con los valores que tiene planteados la empresa.
- ✧ Identificar claramente las necesidades de los clientes y las realidades de cada mercado.⁴

VERAFLOWERS FARMS

Quito – Ecuador

VeraflowersFarms es una empresa Ecuatoriana productora, comercializadora y exportadora de flores, al momento especializada en Hypericum de la reconocida serie Flair. Con 4 años en el mercado es reconocida por productos de excelente calidad, y servicio personalizado.

Nuestra Misión

Producir flores de excelente calidad, que ayuden a nuestro consumidor a expresar sus sentimientos de la forma más simple y a la vez más bella.

Nuestro Sueño

Creer cada día más para poder ampliar fuentes de trabajo en nuestro país, y ser reconocidos por la mejor calidad de producto y servicio en todo el mundo.

Te invitamos a contactarnos y ser nuestro socio comercial, a desarrollar una relación a largo plazo que permita dar a nuestros clientes continuamente un excelente producto con el que ellos expresen lo que sienten y se sientan satisfechos.

Nuestra Finca

La finca esta ubicada en Pifo, al este de Quito la capital de Ecuador. A 2600 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a solo 14 millas del Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito y a 6 millas del nuevo aeropuerto de la capital.

⁴ <http://www.eternalflower.com.ec/espanol/menu.php?pag=1>

Su localización es el lugar ideal para cultivar el mejor hypericum que tenemos una temperatura media-constante con alta luminosidad solar, lo que permite fijar mejor el color y buen tamaño de las bayas, además una larga duración en florero.

Tecnología

La finca esta equipada con la más alta tecnología: Invernaderos metálicos con constante mantenimiento, Equipo de Riego automatizado por goteo, luz artificial controlada por computadora. Nuestro cultivo esta basado en abonos orgánicos y usamos únicamente materiales sello verde para no dañar la salud de nuestros empleados, consumidor final ni al medio ambiente. Pues lo amamos y lo respetamos ante todo.

Personal Técnico

Nuestro personal técnico y administrativo es altamente capacitado, profesional y especializado en cada una de sus áreas. Además nuestro equipo de ventas trabaja desde las instalaciones de la finca, lo cual permite asegurar la calidad del producto y evitar problemas con sus despachos. Y diariamente dan una vuelta al cultivo para poder asegurar la constancia en las disponibilidades⁵.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

LOS VIVEROS

Independientemente del origen de una planta, ya sea a partir de una semilla, de un segmento o por cultivo de tejidos, los primeros días de vida son los más críticos para su sobrevivencia. Con el propósito de lograr que un mayor número de plantas sobreviva a esta etapa se utilizan instalaciones especiales en las que se manejan las condiciones ambientales y se proporcionan las condiciones de crecimiento más favorables para que las nuevas plantas continúen su desarrollo y adquieran la fortaleza necesaria para trasplantarlas al lugar en el cual pasarán el resto de su vida. Por esto, el diseño de un vivero es un aspecto fundamental para llegar a obtener plantas listas para su siembra.

⁵<http://www.veraflowersfarms.com/finca.html>

El vivero es un conjunto de instalaciones que tiene como propósito fundamental la producción de plantas. Como hemos visto, la producción de material vegetativo en estos sitios constituye el mejor medio para seleccionar, producir y propagar masivamente especies útiles al hombre.

La producción de plantas en viveros permite prevenir y controlar los efectos de los depredadores y de enfermedades que dañan a las plántulas en su etapa de mayor vulnerabilidad. Gracias a que se les proporcionan los cuidados necesarios y las condiciones propicias para lograr un buen desarrollo, las plantas tienen mayores probabilidades de sobrevivencia y adaptación cuando se les trasplanta a su lugar definitivo.

Debido a los fuertes problemas de deforestación, a la pérdida de biodiversidad que sufre el país y a la gran necesidad de reforestar, los viveros pueden funcionar no sólo como fuente productora de plantas, sino también como sitios de investigación donde se experimente con las especies nativas de interés, con la finalidad de propiciar la formación de bancos temporales de germoplasma y plántulas de especies nativas que permitan su caracterización, selección y manejo.

Esto permitirá diseñar, conocer y adecuar las técnicas más sencillas para la propagación masiva de estas especies. Además, los viveros también podrían ser sitios de capacitación de donde surgieran los promotores de estas técnicas.

DEPENDIENDO DE SU FINALIDAD, LOS VIVEROS SON TEMPORALES O PERMANENTES.

✂ **VIVERO TEMPORAL O VOLANTE.** Se establece en áreas de difícil acceso, pero están muy cercanos a las zonas donde se realizará la plantación; su producción predominante es la de plantas forestales. Generalmente se ubican en claros del bosque y trabajan por periodos cortos (de 2 a 4 años cuando mucho) e intermitentes, ya que la producción debe coincidir con la temporada de lluvias.

Para su funcionamiento se requiere poca infraestructura y la inversión es baja. Su desventaja radica en que, como están situados en áreas de difícil acceso, no son fáciles de vigilar y por lo tanto la producción queda más expuesta a daños por animales.

Además, por sus características de infraestructura, sólo pueden implementarse en zonas de bosques templados y selvas húmedas.

✂ **VIVERO PERMANENTE.** Es la extensión de terreno dedicado a la obtención de plantas con diferentes fines (reforestación, frutales y ornato), ya sea en áreas rurales o centros urbanos. Su instalación requiere una inversión mayor en equipo, mano de obra y extensión del terreno, y debe contar con vías de acceso que permitan satisfacer oportunamente la demanda de plantas.

En los siguientes apartados se hará una serie de sugerencias importantes para la elección del sitio de establecimiento del vivero. Los requerimientos toman en cuenta aspectos técnicos, ambientales y sociales.

CRITERIOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN VIVERO

La mala elección del sitio donde se establece el vivero repercute directamente en una baja calidad de la producción de plántulas, lo cual a la larga se reflejará en una alta mortalidad en la plantación.

Por ello es fundamental la selección del sitio donde se establecerá el vivero. Las condiciones del sitio son más determinantes cuando la producción se obtiene a raíz desnuda (por camas de crecimiento). Cuando la producción se hace por medio de envases de crecimiento es importante considerar los factores que a continuación se mencionan.

UBICACIÓN, DRENAJE Y SUELO DEL VIVERO

Al establecerse un vivero deben considerarse cuatro puntos principales: que sea difícil acceso, el suministro de agua, su orientación en el terreno y la topografía de éste. De los dos últimos aspectos depende, en gran parte, el buen drenaje del vivero y que se minimice la erosión. El drenaje también depende de la textura del suelo del lugar, por lo que debe cuidarse su relación con la pendiente del sitio. En suelos de textura fina la pendiente deberá ser suave (de 2 a 3%) y en el caso de suelos arenosos y profundos se recomienda nivelar el terreno.

La textura del suelo es muy importante en el cultivo de plantas a raíz desnuda, ya que además de regular el drenaje y la erosión deberán facilitar la extracción de las plántulas y promover el crecimiento vegetativo. Un suelo bien drenado asegura su aireación, por lo que es conveniente

verificar que no existan capas endurecidas en los primeros 75 cm de profundidad y que el suelo sea profundo, por lo menos 120 centímetros.

Independientemente del método de propagación que se emplee dentro del vivero (raíz desnuda, almácigos o envases individuales) es importante verificar que tan ácido o básico es el suelo (pH), su textura y fertilidad para los requerimientos de la especie que se va a propagar. El pH se encuentra muy relacionado con el contenido de materia orgánica y disponibilidad de nutrientes necesarios para el buen desarrollo de las plantas; por esto, el rango de pH más recomendable es de neutro (pH=7) a ligeramente ácido (pH=6.5) o ligeramente alcalino (pH=7.5).

ABASTECIMIENTO DE AGUA Y CALIDAD DE AGUA DE RIEGO

Los viveros necesitan un suministro de agua abundante y constante, ya que las plantas que se producen se encuentran en pleno desarrollo y un inadecuado abastecimiento podría provocar incluso la muerte por marchitamiento.

La calidad del agua de riego es importante. Cuando contiene como elementos principales calcio y magnesio (agua dura) ayuda a crear en el suelo una buena estructura. En cambio, el agua que tiene gran cantidad de sodio y bajos contenidos de calcio y magnesio provoca que la arcilla y la materia orgánica del suelo absorban rápidamente el sodio.

Esto promueve una estructura edáfica indeseable, ya que el suelo disperso se asienta abajo de la superficie y forma una capa (de 10 a 20 cm de grosor) que impide el paso de las raíces o del agua. También un alto contenido de sodio en el agua de riego causa quemaduras en las hojas de algunas especies al ser absorbido por las plantas.

La cantidad de sólidos en suspensión en el agua también modifica las características del suelo, ya que si tiene contenidos elevados de limo o coloides puede causar la compactación superficial del suelo reduciendo su permeabilidad al agua y la aireación.

CLIMA

Es muy importante conocer qué tipo de plantas se encuentran adaptadas a las condiciones climatológicas que prevalecen en la zona donde el vivero se va a establecer. Asimismo, es

necesario contar con los registros climáticos que indiquen las épocas de riesgo, como las heladas, las sequías y la cantidad y distribución del periodo de lluvias.

Éstos pueden ser complementados o sustituidos con la información climática que los habitantes de la zona manejan tradicionalmente. Con base en estos datos se logra una planeación del momento adecuado para llevar a cabo las labores del vivero (siembras, trasplantes, podas, fumigaciones, etcétera).

CONSTRUCCIÓN DEL VIVERO

Una vez que se elige el terreno donde se construirá el vivero se inicia una serie de actividades relacionadas con la instalación y construcción de la infraestructura necesaria para su funcionamiento. Estas actividades, resumidas en el cuadro 23, varían en función del tipo de plantas que se desea propagar y de los recursos económicos disponibles.

Básicamente el vivero debe contar con las siguientes instalaciones: semilleros, área de envasado, platabandas (estructuras que sombrean a las plantas), lotes de crecimiento, bodega y equipo e infraestructura de riego.⁶

MANEJO DE LAS PLANTAS ORNAMENTALES

Desde el momento de la plantación de la semilla, esporas, esqueje, rizoma, estas necesitan de una serie de actividades que le facilitan su desarrollo, teniendo entre estas las siguientes: control de maleza, educado de guías, podas, fertilización, riego y control de plagas como de enfermedades.

CONTROL DE MALEZA

El lugar donde fueron sembradas las plantas debe estar limpio de mala hierba o monte común, esto ayudara a que el crecimiento de la planta no sea interferido por la maleza. El control debe hacerse de forma manual o con un herbicida que dependerá del tipo de maleza que tenga y en las dosis necesarias siempre teniendo cuidado de su uso adecuado.

⁶ http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen3/ciencia3/157/htm/sec_7.htm

EDUCADO DE GUÍAS

Es importante que las plantas como las trepadoras entre ellas: San José, Jazmín, Hiedra, Lengua de Vaca entre otras, tengan donde extenderse, ya que de esta manera su función ornamental será desarrollada con éxito. Una forma de ayudar a su desarrollo es colocar palos dentro de sus bolsas para que estas puedan desarrollarse mejor.



Figura 13

PODA

Esta labor se hace para estimular en la planta brotes nuevos logrando así incrementar la producción, o quitar ramas que han crecido demasiado.

FERTILIZACIÓN

Para esta actividad es recomendable hacer previamente un análisis de suelo, donde se dará a conocer las necesidades del suelo que suplan las demandas de nutrientes de la planta. El fertilizante debe aplicarse a una distancia de 15 a 20 cm. Para evitar el contacto con la planta es recomendable que antes de fertilizar se efectuó una limpia alrededor de la planta (placeado) para el mejor aprovechamiento del mismo.

EL RIEGO

El riego es fundamental en las plantas sin importar su especie, para una producción sostenida, se deben regar las plantas durante la época seca (verano) las plantas entran en un estado de latencia, para continuar su producción al iniciarse la época de invierno. Comúnmente se puede utilizar el riego por goteo, gravedad. En términos generales se recomienda regar dependiendo de factores como: el suelo, topografía, clima y disponibilidad del agua.



Figura 14

2.2 MARCO LEGAL

Consideramos que todo negocio por más pequeño que sea, necesita de una infraestructura y base necesaria para su sustento. Es por ello que resulta indispensable el establecer su respectivo estatuto de constitución donde podamos formular nuestros objetivos, recursos materiales, financieros y humanos que se utilizan en la creación y organización de una empresa.

En el siguiente apartado se tratan los distintos requisitos legales necesarios e indispensables para la correcta formalización y posterior funcionamiento de la empresa, que en este caso corresponde a la Creación de un vivero productivo de plantas ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo.

TRAMITES DE CONSTITUCIÓN

SECCION VI

DE LA COMPAÑIA ANONIMA

DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

DE LA FUNDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuota parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.⁷

⁷www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrían constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La Superintendencia de Compañía, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública. El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

Art. 148.- La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Art. 149.- Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;

- Las normas de reparto de utilidades;
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Art. 151.- Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 152.- El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

Art. 153.- Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá, además:

- El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- La denominación, objeto y capital social;
- Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- El domicilio de la compañía.⁸

⁸www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf

TRÁMITES LEGALES

RUC

Permite que le negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos.

COMPAÑÍAS ANÓNIMAS

Inscripción:

- Copia de cédula vigente legible y certificado de votación (último proceso electoral) del Representante Legal.
- Original y copia del nombramiento del Rep. Legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Poder general o especial (fecha actualizada, nombres completos y # de CI del autorizado), la carta tendrá vigencia 30 días calendario.
- Formularios 01-A Y 01-B (Resolución 279-2010).
- Original y copia de la planilla de cualquier servicio básico (último trimestre) a nombre de la Compañía o del Representante Legal o el contrato de arrendamiento inscrito en el juzgado de inquilinato a nombre de la Compañía.
- Original del Registro de Sociedades (datos generales y accionistas).
- Original y copia de la escritura de la de Constitución con su respectiva resolución e inscripción en el Registro Mercantil.
- Original y copia de cédula vigente legible de quien realiza el trámite.
- Original del certificado de votación (último proceso electoral) del autorizado.

Primer caso: Cuando no hay ningún cambio y el RUC está actualizado desde el 2004 en adelante. Actualizaciones antes de este año, deben aplicarse los requisitos de inscripción.

- Formularios 01-A Y 01-B (Resolución 279-2010).
- Copia de cédula vigente legible y certificado de votación (último proceso electoral) del Representante Legal.
- Original y copia del nombramiento vigente, inscrito en el Registro Mercantil.
- Carta de autorización con reconocimiento de firma (fecha actualizada, nombres completos y # de CI del autorizado), la carta tendrá vigencia 30 días calendario.
- RUC actualizado del contador (2004 en adelante).
- Original y copia de cédula vigente y legible de quien realiza el trámite.

- Original del certificado de votación (último proceso electoral) del autorizado.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

La empresa tiene las siguientes obligaciones Tributarias:

- Anexo de compras de retenciones en la Fuente por Otros Conceptos
- Anexo Relación de Dependencia
- Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades
- Declaración de Retenciones en la Fuente
- Declaración Mensual de IVA

Permiso y Patente Municipal

La solicitud de la presente es un trámite que debe realizarse en el departamento de las patentes municipales antes de instalar un local, previa revisión del plano regulador de la municipalidad respectiva, y cuya obtención permite llevar a cabo la actividad comercial dentro de los límites de una comunidad.

Requisitos:

- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Formulario de declaración para obtener la patente.

El valor por doce meses de la presente será de un monto equivalente entre el dos y medio por mil y el cinco por mil del capital propio de cada contribuyente dependiendo de la municipalidad y el rubro, la que no podrá ser inferior a una ni superior a cuatro mil unidades tributarias mensuales.

Permiso de Dirección de Higiene Municipal

Este permiso será otorgado luego de que todos los empleados sin excepción alguna se sometan a exámenes médicos para comprobar su estado de salud.

Requisitos:

- Especie de habilitación y funcionamiento.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad del representante legal.

- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

Su valor es de \$5,00 y tiene validez de un año el documento deber ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuere requerido por las respectivas autoridades.

Afiliación a la Cámara de Comercio

Emitido por la Cámara de Comercio donde se va a realizar las actividades comerciales es decir en la ciudad de Milagro.

Requisitos:

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cédula y certificado de votación del representante legal.
- Planilla de luz.
- Pago de suscripción en relación al Capital social.
- Pago trimestral de las cuotas de aportación o contribución.

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud previamente cumplido los incisos anteriores.

Requisitos:

- Permiso de dirección de higiene municipal.
- Registro único de contribuyentes.
- Copia de la cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
- Documento de afiliación a la cámara de comercio.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Este permiso es emitido por el cuerpo de bomberos de la localidad, previa inspección de los encargados del respectivo establecimiento.

Requisitos:

1. Solicite inspecciones de establecimiento comercial(valor especie valorada \$ 1.50) sea por:

- Primera vez
 - Renovación
 - Cambio de propietario
 - Cambio razón social
 - Traslado de establecimiento
2. Copia certificado de funcionamiento año anterior
 3. Original/ copia cedula de propietario o Rep. Legal
 4. Copia de RUC
 5. Original y copia de Carnet de Junta Nacional de Defensa de Artesanos. (si es afiliado).
 6. Realizada la inspección, cumplir con las recomendaciones dadas por los señores inspectores y agregar lo siguientes requisitos:
 - Presentar informe de la inspección.
 - Original y copia de factura de compra o recarga de extintor(es) y otros.

El permiso debe ser exhibido en un lugar visible al igual que los extintores de incendio u presentado cuando fuere requerido por las respectivas autoridades.

EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO

CONSIDERANDO:

QUE, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en su Art. 546 establece el Impuesto de Patentes Municipales y el Art. 551 de la misma norma legal, dice que el Servicio de Rentas Internas, previo a otorgar el Registro Único de Contribuyentes, exigirá el pago del impuesto de patentes municipales.

Que, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro, en sesiones ordinarias del 14 y 21 de diciembre del 2010, discutió y aprobó la Ordenanza Sustitutiva para la Determinación, Administración, Control y Recaudación del Impuesto de Patente Anual Municipal de Toda Actividad Económica en el Cantón Milagro, publicada en el Registro Oficial No. 357 del 7 de enero del 2011.

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización en su Art. 57 dispone entre las atribuciones del Concejo Municipal, está la de crear, modificar,

exonerar o extinguir tasas y contribuciones especiales por los servicios que presta y obras que ejecute; En uso de las atribuciones que les corresponde:

Expide:

La Presente “Ordenanza sustitutiva para la determinación, administración, control y recaudación del impuesto de patente municipal de toda actividad económica en el cantón Milagro”.

CAPÍTULO I

Hecho imponible, sujetos del impuesto y deberes

Art. 3.- Sujeto Pasivo.- Son sujetos pasivos del impuesto anual de Patente, todas las personas naturales y jurídicas, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con un establecimiento en el cantón Milagro, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, de servicios, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales en libre ejercicio.

Art. 4.- Deberes formales del sujeto pasivo.- Los sujetos pasivos del impuesto de Patente están obligados a cumplir con los deberes formales establecidos en el Código Orgánico Tributario, especialmente con los siguientes:

- ✂ Inscribirse en el registro de contribuyentes del tributo de Patente, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad y comunicar oportunamente los cambios que se operen;

- ✂ Presentar su declaración anual sobre el (los) patrimonio(s) de la(s) actividad(es) económica(s) que desarrolla, en el Departamento de Rentas Municipal, y en el caso de los negocios obligados a llevar contabilidad, adjuntar los balances debidamente declarados ante el respectivo órgano de control;

- ✂ Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano, anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones; y conservar por seis años los respectivos libros y registros o mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

- ✧ Presentar a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con el hecho generador de la obligación tributaria y satisfacer las aclaraciones que le fueren solicitadas;
- ✧ Facilitar, a los funcionarios autorizados por la Municipalidad, la realización de verificaciones tendientes al control o determinación del impuesto, para lo cual proporcionarán la información de libros, registros, declaraciones, u otros documentos pertinentes; e incluso permitirán la inspección física de las instalaciones y patrimonio de la(s) actividad(es) económica(s) realizada(s), de ser requerido;
- ✧ Concurrir a la unidad administrativa encargada de las rentas municipales, cuando lo requiera su titular, principalmente en los casos en que los sujetos pasivos no hayan proveído la información que se requiere, o si esta resultare contradictoria;
- ✧ Exhibir la Patente Municipal actualizada, para ejercicio de su(s) actividad(es) económica(s), en un lugar visible del establecimiento; y,
- ✧ Cumplir con los demás deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.

CAPITULO II

Inscripción y actualización de la información en el registro de patente.

Art. 5.- Inscripción en el registro de patente.- Todas las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en el cantón Milagro, que inicien actividades económicas de forma permanente, están obligadas a inscribirse por una sola vez en el Registro de patentes de la municipalidad dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que inician esas actividades.

Art. 7.- Actualización de la Información.- La Dirección Financiera Municipal, a través del Departamento de Rentas, actualizará de manera permanente el catastro del impuesto de Patente, que contendrá la siguiente información de cada contribuyente:

- ✧ Número de registro;
- ✧ Nombre o razón social del contribuyente;
- ✧ Titular o representante del negocio o empresa;

- ✘ Número de Cédula o Registro Único de Contribuyentes;
- ✘ Cédula del representante legal;
- ✘ Firma del representante legal y del contador, si lo hubiere;
- ✘ Obligación, o no, de que el contribuyente lleve contabilidad;
- ✘ Domicilio del contribuyente, negocio o empresa;
- ✘ Rama de actividad o clase de establecimiento;
- ✘ Fecha de inicio de operaciones;
- ✘ Anualmente se complementarán los siguientes datos;
- ✘ Monto del patrimonio con que opera la actividad económica del contribuyente.
- ✘ Pagos de Patente Anual;
- ✘ Dirección de la Matriz;
- ✘ Cantón de la matriz;
- ✘ Teléfono (s) de la (s) sucursal (es), asentada (s) en el cantón;
- ✘ Teléfono de la matriz;
- ✘ Dirección del correo electrónico;
- ✘ Porcentaje de ingreso en el cantón;
- ✘ Porcentaje de ingreso en otros cantones;
- ✘ Fecha declaración anual del impuesto a la renta;
- ✘ Ingresos totales anuales gravados con el impuesto a la renta;
- ✘ Estado del contribuyente activo, suspensión temporal, cese definitivo;
- ✘ No. de formulario de la última declaración del Impuesto a la Renta;
- ✘ El número y tipo de actividad que realizan los sujetos pasivos de este tributo;
- ✘ Declaraciones sustitutivas de los sujetos pasivos realizadas al SRI, posteriores al pago de la Patente, si las hubiera; y,

Basado en los códigos legales de la Constitución de la República del Ecuador, específicamente en el Código de Trabajo, la Ley de Compañías y la Ley de Régimen Tributario interno. Las mismas que fortalecen todos los 74 aspectos legales de acuerdo a sus tipificaciones expresas en cuanto a este tipo de servicio de entretenimiento.

Amparados en las diferentes leyes de establecimientos tributarios, también es necesario cumplir con los de Régimen Municipal que están PRE establecidos como el caso de: permiso de funcionamiento municipal, permiso de exposición publicitaria en la vía pública, prevención

de incendios en el cuerpo de bomberos, registro único del contribuyente, y facturación acorde con establecido por el SRI.

ADEMÁS DEBERÁ TENER EN CUENTA LOS SIGUIENTES PROCEDIMIENTOS:

- Cuenta de integración
- Escritura pública de la constitución
- Solicitud de aprobación en la superintendencia de Compañías.
- Certificación de nombre

PERMISOS

- Permisos al municipio
- Permisos de bomberos
- Certificados sanitarios
- Elaboración de facturas
- Patentes

2.3 MARCO CONCEPTUAL

✧ **ÁREA PRODUCTORA DE SEMILLAS:** Rodal o grupo de rodales de origen natural o artificial formado por árboles de fenotipos selectos que se tratan para estimular la producción de semillas, siendo desconocida la calidad genética de esos árboles.

✧ **CLOROSIS:** Amarillamiento anormal del follaje con frecuencia síntoma de alguna deficiencia mineral, infección de un virus, anillamiento de tallo o raíz, o escasez de luz.

✧ **ENRAIZAMIENTO:** Generación de raíces desde alguna parte de la planta.

✧ **ENRIQUECIMIENTO:** Mejoramiento del porcentaje de especies o genotipos deseados o incremento de la biodiversidad en un bosque, a través de plantación entre la vegetación existente.

- ✧ **ESPACIAMIENTO:** Distancia entre los árboles que se colocan en una plantación o entre los que se mantienen en pie en una masa forestal.

- ✧ **ESQUEJE:** Estaca herbácea con hojas.

- ✧ **ESTAQUILLA:** Trozo de tallo o raíz de un árbol o de otra planta viva, que se emplea para su reproducción.

- ✧ **ESTRUCTURA DEL SUELO:** La combinación o arreglo de las partículas primarias del suelo en agregados; básicamente puede ser laminar, prismática, columnar, de bloque y granular.

- ✧ **FORESTACIÓN:** Establecimiento de un cultivo arbóreo en una superficie de la que siempre o durante mucho tiempo estuvo ausente.

- ✧ **FORRAJE:** Hojas tiernas y hierbas disponibles natural o producidas temporalmente en un área que pueden proporcionar alimento para animales en pastizales o se pueden cosechar para alimentación.

- ✧ **HUERTO SEMILLERO CLONAL:** Plantación de clones de árboles selectos para una producción abundante y temprana de semillas y promover la polinización cruzada.

- ✧ **INJERTO:** Operación de insertar una planta (injerto) sobre otra (patrón).

- ✧ **MARCHITAMIENTO:** Enfermedad de las plantas cuyo síntoma característico es la languidez que invade su follaje.

- ✧ **MICORRIZA:** Fenómeno de simbiosis por la asociación entre la raíz de una planta viva y un hongo.

- ✧ **PATRÓN:** Tallo de una planta en el que se realiza un injerto.

- ✧ **PLANTA A RAÍZ DESNUDA:** Planta que se extrae del vivero con sus raíces sin el sustrato donde creció.

- ✧ **PLANTA MADRE:** Planta de la cual se obtienen estaquillas.

- ✧ **PLANTACIÓN:** Rodales forestales establecidos mediante la plantación y/o siembra durante el proceso de forestación o reforestación. Consiste en introducción de especies o en algunos casos, especies autóctonas.

- ✧ **PLANTACIÓN MIXTA:** Modelos de plantación que asocian especies principales que generan productos de alto valor al final de la rotación y especies secundarias o acompañantes que favorecen el crecimiento (y forma) de la especie principal y además generan productos como postes, polines frutos u otros, a obtener en el transcurso de la rotación.

- ✧ **PODA:** Corta de ramas en los árboles, cuyo objetivo es la producción de madera libre de nudos.

- ✧ **RALEO:** Corta de árboles que se realizan en un bosque con el objeto de estimular el crecimiento en diámetro de los que quedan en pie.

- ✧ **RAMONEO:** Pastoreo a base de ramillas o brotes con o sin hojas, de arbustos o árboles.

- ✧ **REBROTE:** Retoños o renuevos de las plantas que crecen después de haber sido cortadas.

- ✧ **REFORESTACIÓN:** Establecimiento de un cultivo arbóreo en una tierra forestal.

- ✧ **REGENERACIÓN:** Mejora de la cubierta vegetal, que puede producirse naturalmente por reproducción de la flora existente o ser originada por siembra o plantación artificial.

- ✧ **RETOÑO:** Brote que nace de una raíz.

- ✧ **RODAL:** Agrupación de árboles que ocupando una superficie de terreno determinada, es suficientemente uniforme en especie, edad, calidad o estado como para distinguirla de otra masa de árboles.

- ✧ **SILVICULTURA:** Ciencia destinada a la formación y cultivo de bosques.

- ✧ **TÉCNICA DE ESTABLECIMIENTO:** Operaciones necesarias para el repoblado de un terreno.

- ✧ **TEXTURA DE SUELO:** Proporción relativa de los varios grupos de tamaño de las partículas del suelo.

- ✧ **VOLUMEN:** Cantidad de madera de un árbol o bosque según unidad de medida.

- ✧ **XERÓFITA:** Planta que vegeta bien en sitios secos.

- ✧ **XILEMA:** tejido formado por la diferenciación de un meristemo apical; comúnmente limita con la médula del tallo.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 HIPÓTESIS GENERAL

La escasez de variedad en los cultivos de plantas ornamentales ocasiona que los clientes no encuentren disponibilidad de productos de esta clase.

2.4.2 HIPÓTESIS PARTICULARES

- La producción y comercialización de las plantas ornamentales, generan el desarrollo del sector rural.
- La comercialización de plantas ornamentales benefician al sector rural de Milagro.
- El motivar a la comunidad a través de información idónea influirá que las personas busquen viveros con mayor innovación y variedad de plantas.
- La poca disponibilidad de terreno afecta los cultivos de plantas ornamentales.

2.4.3 DECLARACIÓN DE VARIABLES

HIPÓTESIS GENERAL

- Variable Independiente: Variedad
- Variable Dependiente: Clientes

HIPÓTESIS PARTICULARES

- Variable Independiente: Poca Disponibilidad
- Variable Dependiente: Cultivos
- Variable Independiente: Información
- Variable Dependiente: Innovación
- Variable Independiente: Comercialización
- Variable Dependiente: Beneficios
- Variable Independiente: Impacto socioeconómico
- Variable Dependiente: Sector rural

2.4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	TIPO	CONCEPTUALIZACIONES	INDICADORES
Variedad	Independiente	Son tipos o clases que se establecen en algunas especies de plantas y que se diferencian entre sí por ciertos caracteres secundarios.	*Mejorar nuevos productos en las ofertas existentes a fin de capturar nuevos mercados. *Una nueva estrategia de precios en el crecimiento de los ingresos
Clientes	Dependiente	Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.	*Identificar donde están los posibles clientes. *Conocer al cliente y ofrecerle un producto adaptado a sus necesidades
Poca Disponibilidad	Independiente	El concepto de disponibilidad trasciende los conceptos de fiabilidad y de mantenibilidad y se define la aptitud de un producto, maquina o sistema para cumplir su función o estar en condición de hacerlo en un momento dado.	*Proyección en la comercialización o producción de un producto.

Cultivos	Dependiente	El cultivo es la práctica de sembrar semillas en la tierra y realizar las labores necesarias para obtener frutos de las mismas.	*Estabilidad de la estructura. *Retención de la humedad. *Velocidad de infiltración. *Contenido de la materia orgánica.
Información	Independiente	La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.	*Economía. *Sociedad. *Conocimiento.
Innovación	Dependiente	La Innovación es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.	*Personal altamente calificado y entrenamiento permanente. *Intercambio de conocimientos entre diferentes actores.
Comercialización	Independiente	La comercialización es una nueva alternativa de producción para quienes se dedican a la actividad florícola, ya que se obtiene mayor rentabilidad con estas flores de verano.	*Información adecuada *Margen de utilidad *Precios accesibles *Herramientas adecuadas
Beneficios	Dependiente	Los beneficios vienen ligados con un buen producto y una excelente oferta, esto dirigido a los productores del sector rural del cantón Milagro.	*Buenas negociaciones *Precios accesibles *Buenos productos
Impacto socioeconómico	Independiente	El impacto socioeconómico, es un indicador de progreso en un determinado sector comercial, es decir; la buena operatividad y legitimidad en las acciones tributarias y contables.	*Productos de calidad *Precios accesibles *Negociaciones
Sector rural	Dependiente	El sector rural es el apropiado para la producción de cualquier producto, pero de este depende el aplicar técnicas adecuadas para lograr la calidad de los mismos.	*Estudio de nuevas innovaciones, para lograr nuevas alternativas de producción.

Cuadro # 1 Operacionalización de las variables

Elaboración. Janina y Mabel Domínguez Medina

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Representa el método, técnica o camino que utilizaremos, los cuales son variados, teniendo una clara definición del problema o tema de estudio, es una guía para los encargados de desarrollarlo y un instrumento útil para orientar la práctica empresarial.

Según su finalidad la investigación es aplicada puesto que toma el resultado de la investigación pura y la aplica a una sola rama de la ciencia.

Según su objetivo gnoseológico la investigación es explicativa porque describe el problema sus causas y propone una solución al mismo que es el ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN VIVERO PRODUCTIVO DE PLANTAS ORNAMENTALES EN EL KM. 6 DE LA VÍA MILAGRO – PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO.

Según su orientación temporal la investigación es longitudinal debido a que recoge datos en distintos momentos a lo largo del tiempo como serán al inicio, durante y al termino del diseño investigativo.

DEDUCCION-INDUCCION: este método se utilizó para ir describiendo el marco teórico de la investigación, puesto que su estructura va desde lo general a lo particular.

HISTORICO- LOGICO: se utilizó este método para desarrollar los antecedentes históricos de la investigación, detallando fechas de cuando sucedieron las cosas y el porqué de las mismas.

LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

Población es la representación total del fenómeno a estudiar, donde las delimitaciones poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Recalcando si bien es cierto que la implementación de un sistema contable concuerda con una serie determinada de especificaciones, saber qué demandan los consumidores y cuáles serían las estrategias competitivas que se implementaran para contrarrestar estos efectos y satisfacer las peticiones.

La Ciudad de Milagro cuenta con un número significativo de habitantes de los cuales se trabajará mediante encuestas con los habitantes que señale la muestra respetivamente.

3.2.2 DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN

Nuestra investigación estará dirigida a personas económicamente activa del Cantón Milagro, sin distinción de género ni etnia. Nuestra población será finita gracias a los datos arrojados en el último Censo de Población y de Vivienda realizado por el INEC el 28 de noviembre del 2010 en un número de 49.721 de personas entre 15 a 64 años.

Milagro es la décimo cuarta ciudad más poblada de Ecuador y una de las más importantes; cabe recalcar que esta ciudad es considerada como la que más se ajusta, urbanísticamente, para el desarrollo de nuevos proyectos de vivienda para personas con altos niveles de ingreso y consiguientemente con mayor capacidad de compra, lo cual hace prever un sostenido crecimiento de la actividad comercial en el sector.

3.2.3 TIPO DE MUESTRA

El tipo de muestra que utilizaremos es la muestra no probabilística.

3.2.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para realizar el cálculo de la muestra detallaremos a continuación la interpretación de la siguiente manera:

n= Tamaño de la Muestra

N= Población

P = Posibilidad de que ocurra un evento 0,5

Q= Posibilidad que no ocurra un evento 0,5

E= Error (0.05)

Z= Nivel de confianza 1,96

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$
$$n = \frac{49721(0,25)}{\frac{(49721-1)0,05^2}{1,96^2} + (0,25)}$$
$$n = \frac{12430,25}{32,60630987}$$

n = 381 encuestas

Según la fórmula aplicada y tomando en cuenta el margen de error del 5% nos arroja como resultado que el tamaño de la muestra que se va a encuestar es de 381 personas.

3.2.5 PROCESO DE LA SELECCIÓN

Se lo eligió de manera probabilística a través de selección sistemática de elementos muestrales, los cuales son la apreciación de la procedencia de las muestras, puesto que relevan los resultados con un margen de error mínimo, concretando los errores posibles.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Para llevar a efecto la investigación, se necesitó el empleo de métodos e instrumentos como son los siguientes:

Método Inductivo.- Se va a hacer un análisis minucioso y particular de cada una de las variables que forma parte del problema es decir variable dependiente y variable independiente para determinar la relación existente y desde esa perspectiva posteriormente poder generalizar si el proyecto que nos lleva a efectuar la investigación es o no factible.

Método Deductivo.- Se lo emplea cuando se accede a la diversa información bibliográfica para formar parte de la fundamentación científica y desde ese punto de vista tener información que vuelva más sólido el trabajo de investigación.

Método Hipotético Deductivo.- Al proponer hipótesis ya se inicia el empleo de este método que además nos brindará la oportunidad de usar principios administrativos que nos impulsará a probar dichas hipótesis.

Técnicas de Investigación.-Estas técnicas están relacionadas con la experiencia práctica, por lo cual se tomará como herramienta a la Recolección de Información a través de la encuesta.

Técnicas e instrumentos.- Los instrumentos que se utilizarán serán la encuesta ya que es necesario obtener información desde varios puntos de vista, tanto de parte de las personas que reciben el servicio para identificar la percepción que tienen del servicio que reciben como de los ofertantes de servicio para determinar si son conscientes de las falencias que tienen o el grado de confianza que podrían tener de la calidad del servicio que ofrecen.

Encuesta.- La encuesta será aplicada al grupo de personas que habitan la Ciudad de Milagro.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El sistema para realizar las estadísticas se efectuará en Excel como una optimización de procesos usando herramientas para obtener datos y análisis de la causa, para maximizar beneficios en mejoras de calidad a través de gráficos pastel y/o barra, organigramas, tabla de datos, etc., como herramientas excelentes de la visualización del progreso del trabajo en lo que se refiere a las pequeñas empresas.

Los procedimientos estadísticos deben mostrarse, en forma organizada, clara y precisa, debe reflejar la estructura lógica y el rigor científico del proceso de investigación desde la elección de un enfoque metodológico específico (preguntas con hipótesis fundamentadas correspondientes, diseños de la muestra) hasta la forma como se van a analizar, interpretar y presentar los resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

La siguiente información se presenta con datos ordenados, por opciones de respuesta. La encuesta se llevó a cabo a la población Milagreña tanto hombres y mujeres. El cuestionario consistió de diez preguntas seleccionadas.

Los resultados obtenidos de las encuestas se observaran en orden en hojas posteriores, los mismos que serán procesados y consolidados en cuadros y gráficos.

Una vez presentados los resultados, éstos son analizados de acuerdo con el criterio del investigador. Finalmente los resultados son comparados con las hipótesis planteadas al inicio de la investigación.

Para obtener una apropiada explicación de los resultados de las encuestas, es necesario interpretar cada pregunta y representarla con porcentajes.

Objetivos de las encuestas:

- Identificar nuestros futuros clientes
- Examinar nuestra competencia
- Evaluar la aceptación del producto
- Determinar el aporte beneficioso al usar el producto.

Los resultados de las encuestas realizadas a las personas de la Ciudad de Milagro fueron los siguientes:

1.- Defina su sexo

Cuadro # 2

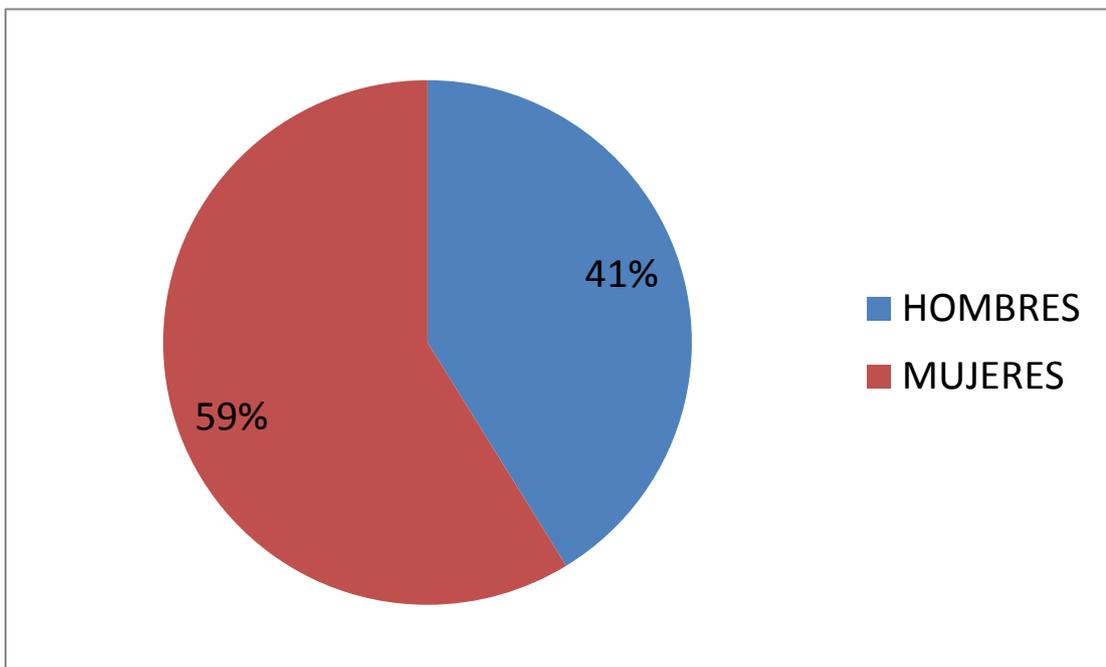
Tabulación de pregunta No. 1

GENERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
HOMBRES	157	41%
MUJERES	224	59%
TOTAL	381	100%

Elaborado por:Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico # 1



Elaborado por:Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Análisis e Interpretación:

Estos resultados demuestran que la información posee criterios en las cuales la población femenina, les encanta tener las plantas ornamentales ya que reduce el estrés, relaja y anima, por ende demuestra que la Ciudad de Milagro aunque posee un gran número de habitantes de género masculino ellos no les llama mucho la atención las plantas.

2.- Defina su edad

Cuadro # 3

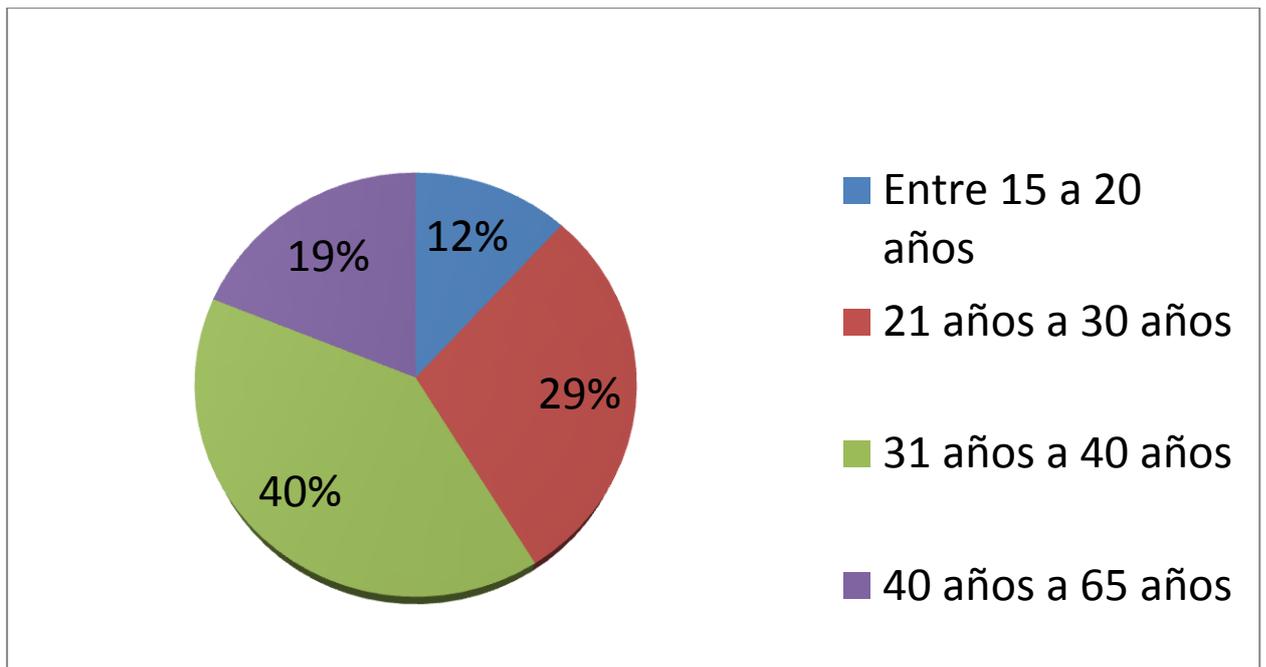
Tabulación de pregunta No. 2

CATEGORIAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
Entre 15 a 20 años	45	12%
21 años a 30 años	112	29%
31 años a 40 años	152	40%
41 años a 65 años	72	19%
TOTAL	381	100%

Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico # 2



Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Análisis e Interpretación:

Mediante los resultados expuestos se puede deducir que el nivel promedio edad de encuestados se encuentran entre los 31 años a los 40 años, lo cual demuestra que la información tendrá un criterio de población joven con aptitudes y cualidades de emprendimiento.

3.- A que considera Usted un vivero productivo.

Cuadro # 4

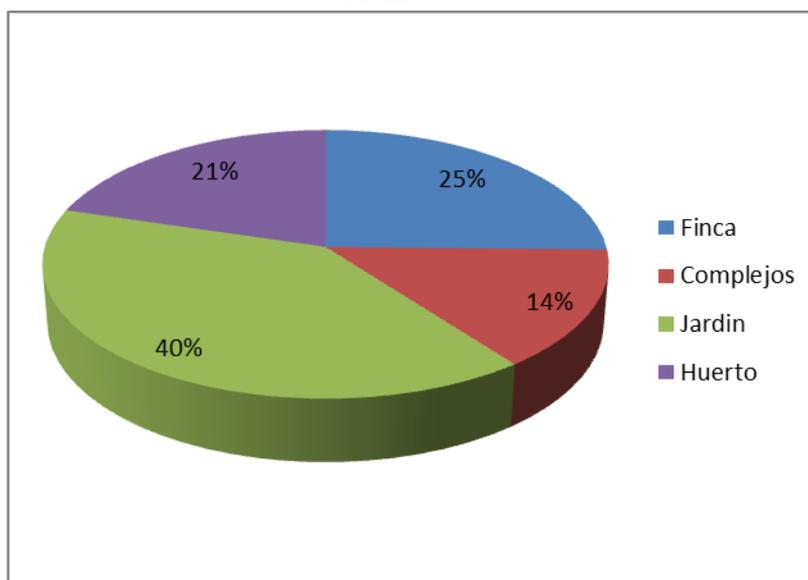
Tabulación de pregunta No. 3

TIPO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
FINCA	97	25%
COMPLEJOS	55	14%
JARDIN	151	40%
HUERTO	78	20%
TOTAL	381	100%

Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico # 3



Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Análisis e Interpretación:

En la encuesta efectuada a la población milagreña nos podemos dar cuenta que los resultados son bastantes notorios ya que nos arroja un 40% que las personas consideran un vivero productivo el jardín porque se cultiva se comercializa con propósitos decorativos por sus características estéticas, como las flores, hojas, perfume, la textura de su follaje, frutos o tallos y diseños paisajísticos, como planta de interior o para flor cortada.

4.- Cual es la frecuencia con la que usted visita los viveros

Cuadro # 5

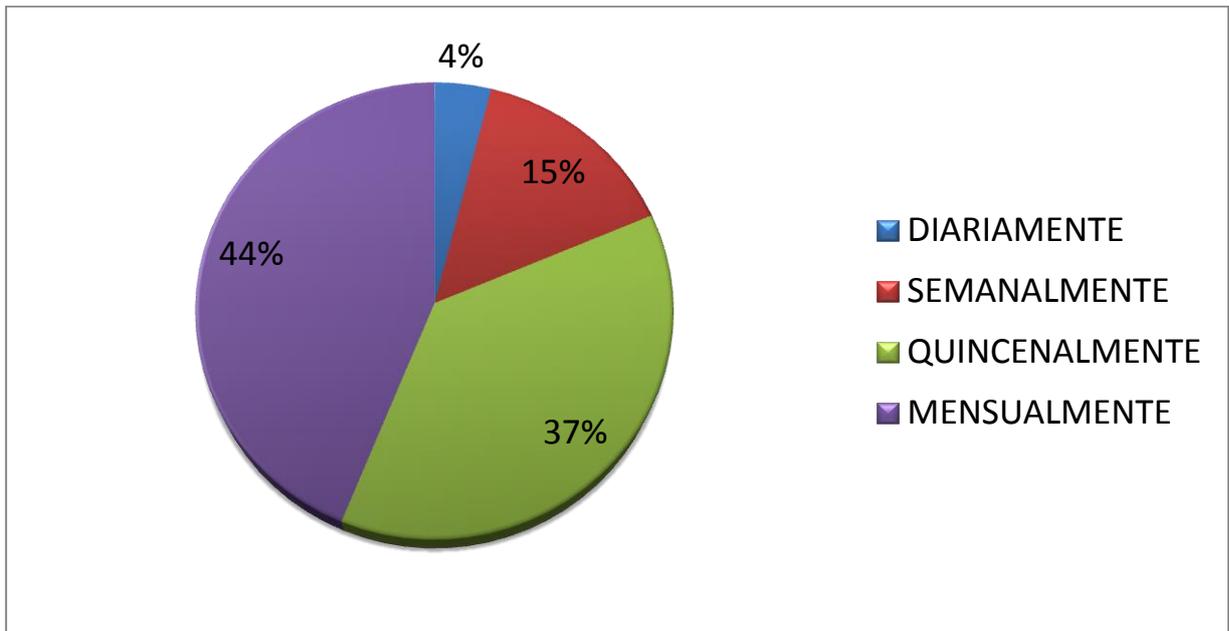
Tabulación de pregunta No. 4

FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
DIARIAMENTE	15	4%
SEMANALMENTE	56	15%
QUINCENALMENTE	143	38%
MENSUALMENTE	167	44%
TOTAL	381	100%

Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico # 4



Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Análisis e Interpretación:

El 44% de personas encuestadas visitan con frecuencia los viveros mensualmente, sin embargo un 38% lo realiza quincenalmente, el 15% semanalmente y el 4% diariamente.

Esto quiere decir que la mayoría recurren a los viveros por lo regular las quincenas o fin de mes ya que ahí tienen facilidad de ingresos para comprar variedad de plantas unos para poderlas comercializar al por mayor y menor, mientras que otros solo para remodelar su jardín.

5.- A qué lugar asiste cuando quiere ir a comprar plantas ornamentales?

Cuadro # 6

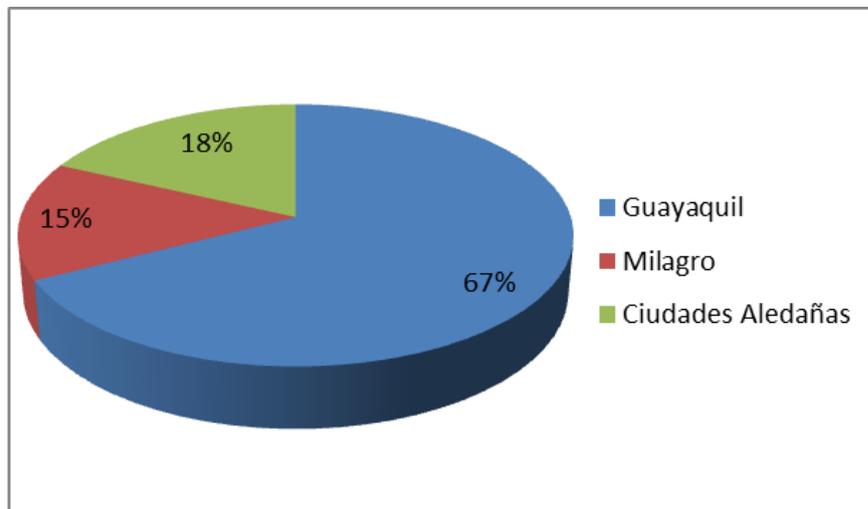
Tabulación de pregunta No. 5

LUGARES	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
GUAYAQUIL	256	67%
MILAGRO	56	15%
CIUDADES ALEDAÑAS	69	18%
TOTAL	381	100%

Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico # 5



Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Análisis e Interpretación:

Tenemos un porcentaje muy alto que es el 67% en Guayaquil lugar donde compran la mayor parte de la población ya que allí se encuentra variedades de plantas mientras que en milagro y ciudades aledañas tenemos un bajo porcentaje ya que no cumplen con los requisitos de los clientes de aquellos viveros que estudiaron el mercado, y por eso no tienen variedad de plantas, precios muy elevados o plantas que no cumplen con las expectativas de los clientes, y ese es el motivo que la población recurre a los lugares donde tengan variedad de plantas y precios económicos.

6.- ¿Cuáles son las características que Usted considera importante en un vivero?

Cuadro # 7

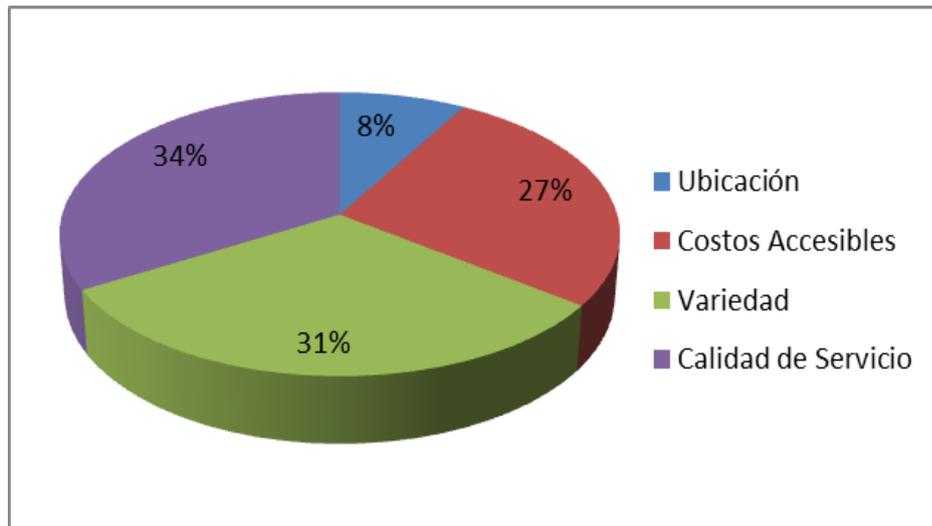
Tabulación de pregunta No. 6

CARACTERISTICAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
UBICACIÓN	31	8%
COSTOS ACCESIBLES	103	27%
VARIEDAD	119	31%
CALIDAD DE SERVICIO	128	34%
TOTAL	381	100%

Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico # 6



Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Análisis e Interpretación:

Según los resultados de las encuestas realizadas la mayoría de las características señaladas son importantes por la calidad del servicio un 34%, por variedad un 31%, costos accesibles un 27% al realizar la compra de las plantas necesitamos esas características ya que así podemos tener un alta comercialización de la misma, mientras que no es tan relevante la ubicación del vivero sino las características antes mencionadas.

7.- ¿Qué clases de plantas les gustan?

Cuadro # 8

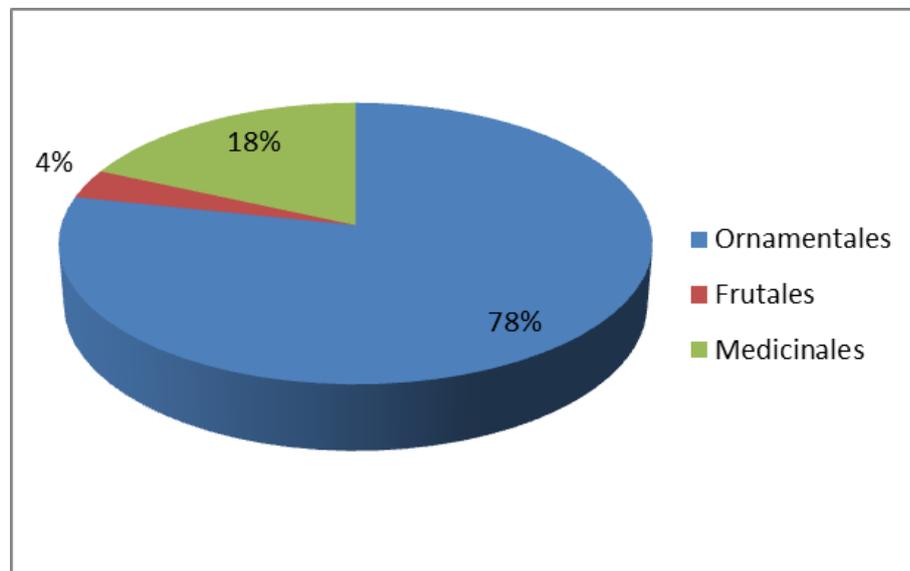
Tabulación de pregunta No. 7

CLASES DE PLANTAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
ORNAMENTALES	298	78%
FRUTALES	14	4%
MEDICINALES	69	18%
TOTAL	381	100%

Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico # 7



Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Análisis e Interpretación:

Según los resultados de las encuestas realizadas a la población tenemos plantas ornamentales con un 78%, medicinales 18% y frutales 4%. Esto quiere decir que las plantas ornamentales son más del agrado de la población milagreña porque nos permiten observar la belleza de las flores, hojas, perfume.

8.- ¿Porqué medio le gustaría recibir información publicitaria del vivero?

Cuadro # 9

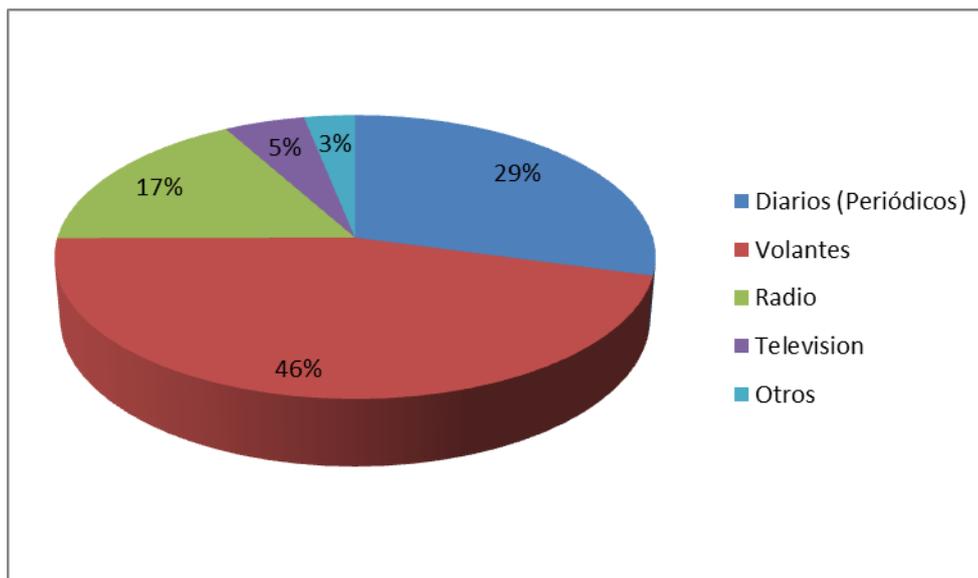
Tabulación de pregunta No. 8

MEDIOS PUBLICITARIOS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
DIARIOS(PERIODICOS)	111	29%
VOLANTES	175	46%
RADIO	65	17%
TELEVISION	19	5%
OTROS	11	3%
TOTAL	381	100%

Elaborado por:Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico # 8



Elaborado por:Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Análisis e Interpretación:

Estos resultados demuestran que en su mayor parte se necesitan medios publicitarios y promocionales para poder vender el producto, al no poseer un asesoramiento en la parte de comercialización, sus productos mucha de las veces se ve estancada y por ende no existe la rentabilidad esperada, por eso tenemos como resultado de un 46% por volantes, un 29% Diarios (periódicos), 17% radio, 5% televisión y un 3% por otros medios, en los cuales si les gustaría recibir información publicitaria.

9.- ¿Cuántos viveros de plantas ornamentales hay por su sector?

Cuadro # 10

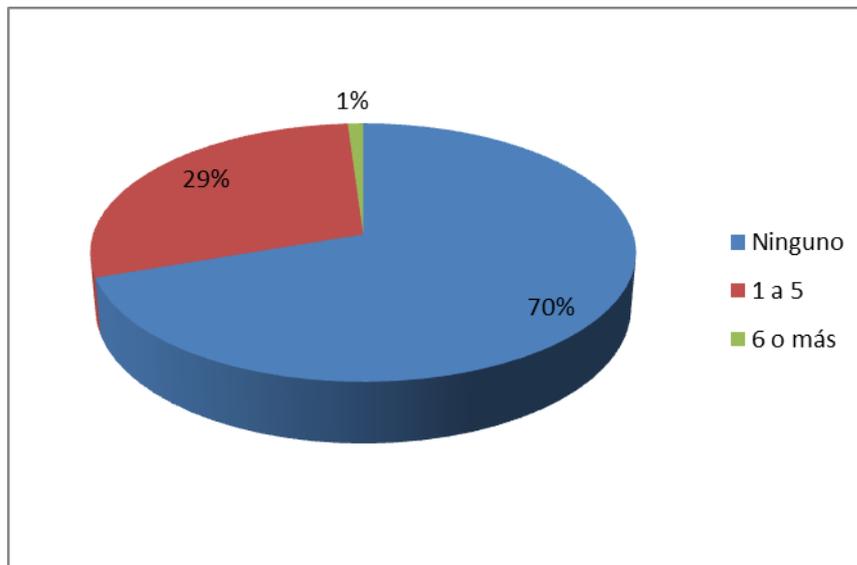
Tabulación de pregunta No. 9

# VIVEROS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
NINGUNO	265	70%
1 A 5	112	29%
6 O MAS	4	1%
TOTAL	381	100%

Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico # 9



Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Análisis e Interpretación:

Como podemos observar tenemos un 70% de que la población encuestada no tienen viveros por su sector, un 29% de que tienen 1 a 5, y un porcentaje mínimo del 1% de más de 6 viveros, por ende aquellas personas tienen que ir a lugares lejanos de su sector ya que no hay mucho exceso de viveros de plantas ornamentales.

10.- ¿Cuáles son los clientes que visitan los viveros de plantas ornamentales?

Cuadro # 11

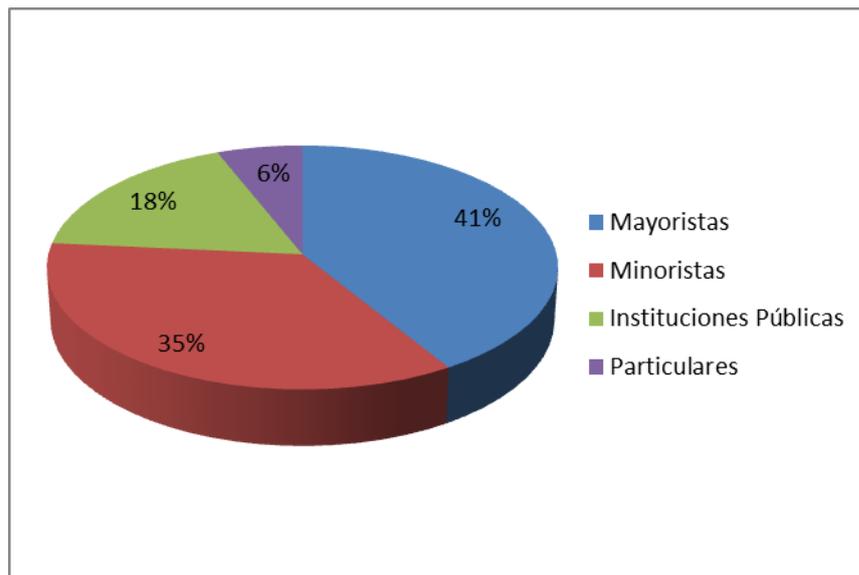
Tabulación de pregunta No. 10

CLIENTES	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
MAYORISTAS	156	41%
MINORISTAS	135	35%
INSTITUCIONES PUBLICAS	67	18%
PARTICULARES	23	6%
TOTAL	381	100%

Elaborado por:Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico # 10



Elaborado por:Janina y Mabel Domínguez Medina

Fuente: Investigación de Mercado

Análisis e Interpretación:

Con respecto a los resultados de esta pregunta nos damos cuenta que los clientes son mayoristas y minoristas ya que ellos han tenido el mayor porcentaje, mientras que los clientes particulares son los que tienen porcentaje mínimo.

4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

Este proyecto busca determinar la Factibilidad para la Creación de un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo.

Mediante el estudio de mercado se determinará la demanda potencial, así como gustos y preferencias de plantas ornamentales de los posibles clientes con el objetivo de orientar el servicio en base a sus preferencias, también se determinará la mejor localización del Vivero Productivo de manera que se satisfaga la demanda potencial.

A través del estudio técnico se busca determinar aspectos como área de construcción del vivero, necesidades de activos y de recursos humanos. Con el estudio financiero se determinará los ingresos, costos, capital de trabajo y mediante índices mediremos la rentabilidad y si el negocio es sostenible por al menos 10 años.

El resultado del presente proyecto será la identificación de la factibilidad de creación e implementación, la rentabilidad que generará el mismo para sus inversores y el análisis de riesgo del negocio.

4.3 RESULTADOS

1.- Defina su sexo

Estos resultados demuestran que la información posee criterios en las cuales la población femenina, les encanta tener las plantas ornamentales ya que reduce el estrés, relaja y anima, por ende demuestra que la Ciudad de Milagro aunque posee un gran número de habitantes de género masculino a ellos no les llama mucho la atención las plantas.

2.- Defina su edad

Mediante los resultados expuestos se puede deducir que el nivel promedio edad de encuestados se encuentran entre los 31 años a los 40 años, lo cual demuestra que la información tendrá un criterio de población joven con aptitudes y cualidades de emprendimiento.

3.- A que considera Usted un vivero productivo.

En la encuesta efectuada a la población milagreña nos podemos dar cuenta que los resultados son bastantes notorios ya que nos arroja un 40% que las personas consideran un vivero productivo el jardín porque se cultiva se comercializa con propósitos decorativos por sus características estéticas, como las flores, hojas, perfume, la textura de su follaje, frutos o tallos y diseños paisajísticos, como planta de interior o para flor cortada.

4.- Cual es la frecuencia con la que usted visita los viveros

El 44% de personas encuestadas visitan con frecuencia los viveros mensualmente, sin embargo un 38% lo realiza quincenalmente, el 15% semanalmente y el 4% diariamente. Esto quiere decir que la mayoría recurren a los viveros por lo regular las quincenas o fin de mes ya que ahí tienen facilidad de ingresos para comprar variedad de plantas unos para poderlas comercializar al por mayor y menor, mientras que otros solo para remodelar su jardín.

5.- A qué lugar asiste cuando quiere ir a comprar plantas ornamentales?

Tenemos un porcentaje muy alto que es el 67% en Guayaquil lugar donde compran la mayor parte de la población ya que allá se encuentra variedades de plantas mientras que en milagro y ciudades aledañas tenemos un bajo porcentaje ya que no cumplen con los requisitos de los clientes de aquellos viveros que estudiaron el mercado, y por eso no tienen variedad de plantas, precios muy elevados o plantas que no cumplen con las expectativas de los clientes, y ese es el motivo que la población recurre a los lugares donde tengan variedad de plantas y precios económicos.

6.- ¿Cuáles son las características que Usted considera importante en un vivero?

Según los resultados de las encuestas realizadas la mayoría de las características señaladas son importantes por la calidad del servicio un 34%, por variedad un 31%, costos accesibles un 27% al realizar la compra de las plantas necesitamos esas características ya que así podemos tener un alta comercialización de la misma, mientras que no es tan relevante la ubicación del vivero sino las características antes mencionadas.

7.- ¿Qué clases de plantas les gustan?

Según los resultados de las encuestas realizadas a la población tenemos plantas ornamentales con un 78%, medicinales 18% y frutales 4%. Esto quiere decir que las plantas ornamentales

son más del agrado de la población milagreña porque nos permiten observar la belleza de las flores, hojas, perfume.

8.- ¿Porqué medio le gustaría recibir información publicitaria del vivero?

Estos resultados demuestran que en su mayor parte se necesitan medios publicitarios y promocionales para poder vender el producto, al no poseer un asesoramiento en la parte de comercialización, sus productos mucha de las veces se ve estancada y por ende no existe la rentabilidad esperada, por eso tenemos como resultado de un 46% por volantes, un 29% Diarios (periódicos), 17% radio, 5% televisión y un 3% por otros medios, en los cuales si les gustaría recibir información publicitaria.

9.- ¿Cuántos viveros de plantas ornamentales hay por su sector?

Como podemos observar tenemos un 70% de que la población encuestada no tienen viveros por su sector, un 29% de que tienen 1 a 5, y un porcentaje mínimo del 1% de más de 6 viveros, por ende aquellas personas tienen que ir a lugares lejanos de su sector ya que no hay mucho exceso de viveros de plantas ornamentales.

10.- ¿Cuáles son los clientes que visitan los viveros de plantas ornamentales?

Con respecto a los resultados de esta pregunta nos damos cuenta que los clientes son mayoristas y minoristas ya que ellos han tenido el mayor porcentaje, mientras que los clientes particulares son los que tienen porcentaje mínimo.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
La escasez de variedad en los cultivos de plantas ornamentales ocasiona que los clientes no encuentren disponibilidad de productos de esta clase.	PREGUNTA 9.- ¿Cuántos viveros de plantas ornamentales hay por su sector?
La poca disponibilidad de terreno afecta los cultivos de plantas ornamentales.	PREGUNTA 5.- A qué lugar asiste cuando quiere ir a comprar plantas ornamentales?
La comercialización de plantas ornamentales benefician al sector rural de Milagro.	PREGUNTA 8.- ¿Por qué medio le gustaría recibir información publicitaria del vivero?
La producción y comercialización de las plantas ornamentales, generan el desarrollo del sector rural	PREGUNTA 4.- Cuál es la frecuencia con la que usted visita los viveros

Cuadro # 12

Elaborado por: Janina y Mabel Domínguez Medina

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Crear un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Dentro de la fundamentación detallaremos información relevante sobre el desarrollo de todo el trabajo.

A lo largo de los años, los viveros productivos de plantas ornamentales han resultado ser negocios que generan altos niveles de rentabilidad y buenos ingresos económicos, además de sin lugar a duda incrementar el turismo proveniente desde cualquier lugar del mundo.

El proyecto está dirigido a las personas en general por conocer las características de las plantas, sus semejanzas y diferencias como así los cuidados que estos requieren, ya que son las mujeres las potenciales clientes. Por esta razón nuestro proyecto se convierte en una opción muy llamativa para aquellos empresarios que desean invertir en el sector agrícola, ya que mediante la realización de este proyecto hemos podido comprobar que las investigaciones con los que se inició el mismo son muy ciertos, dado que específicamente en el sector al que va dirigido este proyecto la demanda insatisfecha es consistente con lo requerido para que el mismo se vuelva rentable desde cualquier punto de vista.

La Creación de un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales, mediante el estudio de mercado determinará la demanda potencial, así como gustos y preferencias por los diversos

tipos de plantas de los posibles clientes con el objetivo de mostrar la belleza de la naturaleza orientado a la agricultura en base a sus preferencias, también se determinará la mejor localización del Vivero de manera que se satisfaga la demanda potencial.

El resultado del presente proyecto será la identificación de la factibilidad de creación e implementación, la rentabilidad que generará el mismo para sus inversores y el análisis de riesgo del negocio.

5.3 JUSTIFICACIÓN

El proyecto de la Creación de un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo es para brindar una mayor comodidad a todas las personas que requieran de diversas plantas tales como ornamentales, forestales y otra serie de plantas exóticas.

El Vivero Productivo de Plantas Ornamentales a más de ayudar en lo mencionado anteriormente, tiene como objetivo aumentar el turismo en la ciudad, ya que existen varios pueblos, parroquias y cantones lo que contribuiría al desarrollo económico del país.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Crear un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo, con el fin de establecer la importancia del sector agrícola y el impulso del desarrollo económico en la Ciudad.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Establecer la filosofía corporativa.
- Definir el requerimiento del personal y las funciones que cumplirán en la empresa.
- Segmentar el mercado acorde a las preferencias de los clientes.
- Elaborar estrategias de marketing.
- Demostrar la factibilidad a través de estudios financieros.

5.5 UBICACIÓN

La Creación de un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales en el Km. 6 de la Vía Milagro – Parroquia Roberto Astudillo, estará ubicado en la Provincia del Guayas, República del

Ecuador. Considerando este tipo de negocio debemos estar cerca del cliente para sí poder estar al tanto de todas sus inquietudes y tener un mejor sistema de operación.

El proyecto estará ubicado al sur este de la ciudad, físicamente en el Km. 6 Vía a Milagro Parroquia Roberto Astudillo. La ubicación del negocio y las características del espacio en el que se instale, juega un papel determinante en la posición competitiva y las posibilidades de éxito.

Ventajas

- Proximidad, atractivo y facilidad para los clientes.
- Proximidad a los proveedores.
- Amplitud del espacio elegido.

Desventajas

- Desconocimiento de las posibilidades del lugar
- Precio de alquiler o venta elevada.

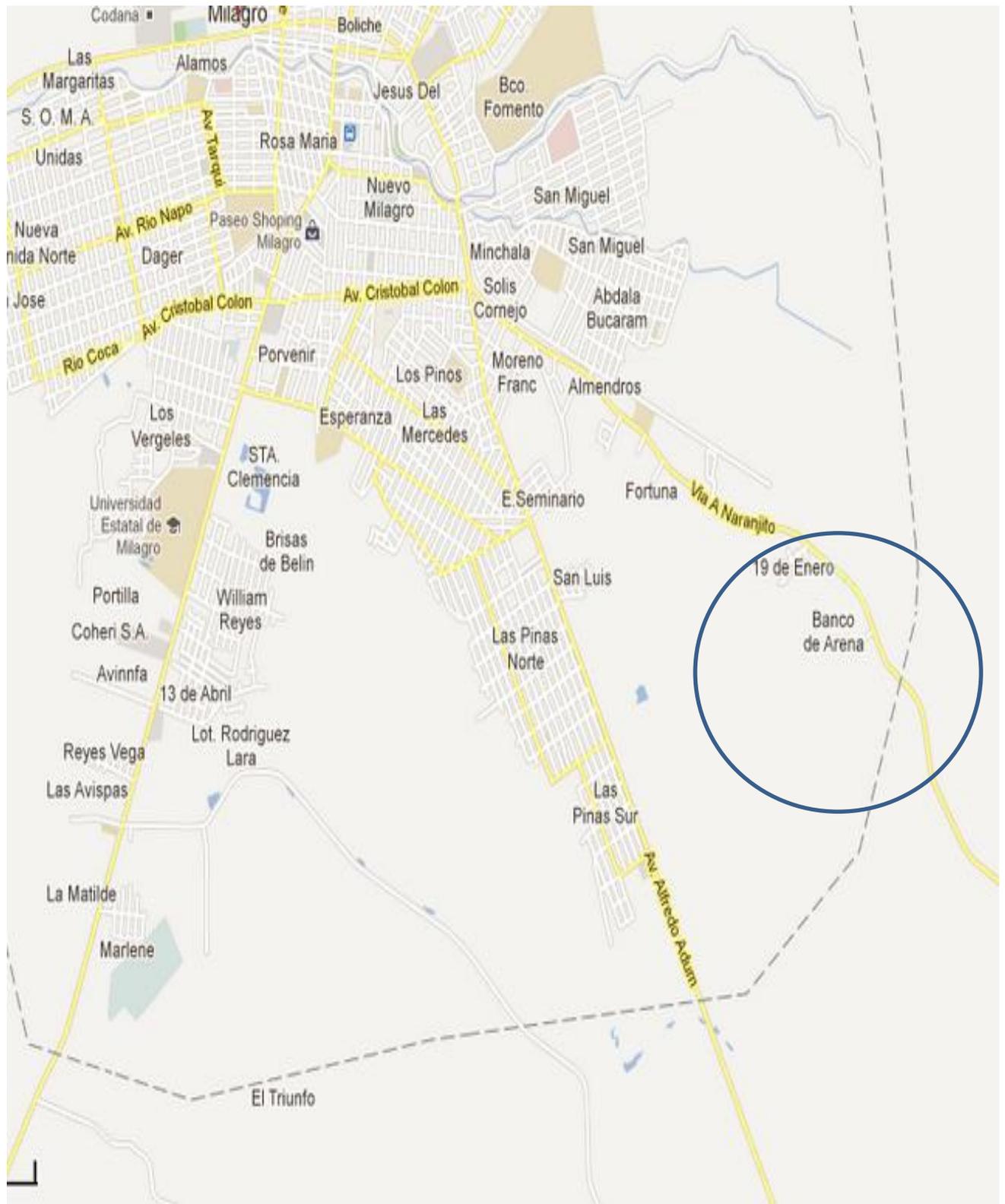


Figura # 15 Ubicación
Elaboración: Janina y Mabel Domínguez Medina

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Para poder confirmar la factibilidad del Proyecto propuesto se hizo uso de herramientas investigativas, obteniendo información selecta sobre los problemas antes mencionados, los resultados corroboraron que la Creación de un Vivero Productivo de Plantas Ornamentales tiene amplia perspectiva, en primer término esta plaza es comercial y en segundo lugar existe un alto nivel de personas que necesitan plantas ornamentales y exóticas, por lo tanto sería óptimo implementar esta propuesta ya que existen razones suficientes para incursionar con esta nueva alternativa empresarial en el ámbito social y comercial, además de contar con un excelente recurso humano para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

Esta empresa se iniciará con poco personal, que a medida de que se posea en el mercado su crecimiento será fácilmente observable por la comunidad.

A continuación se presenta el organigrama estructural:

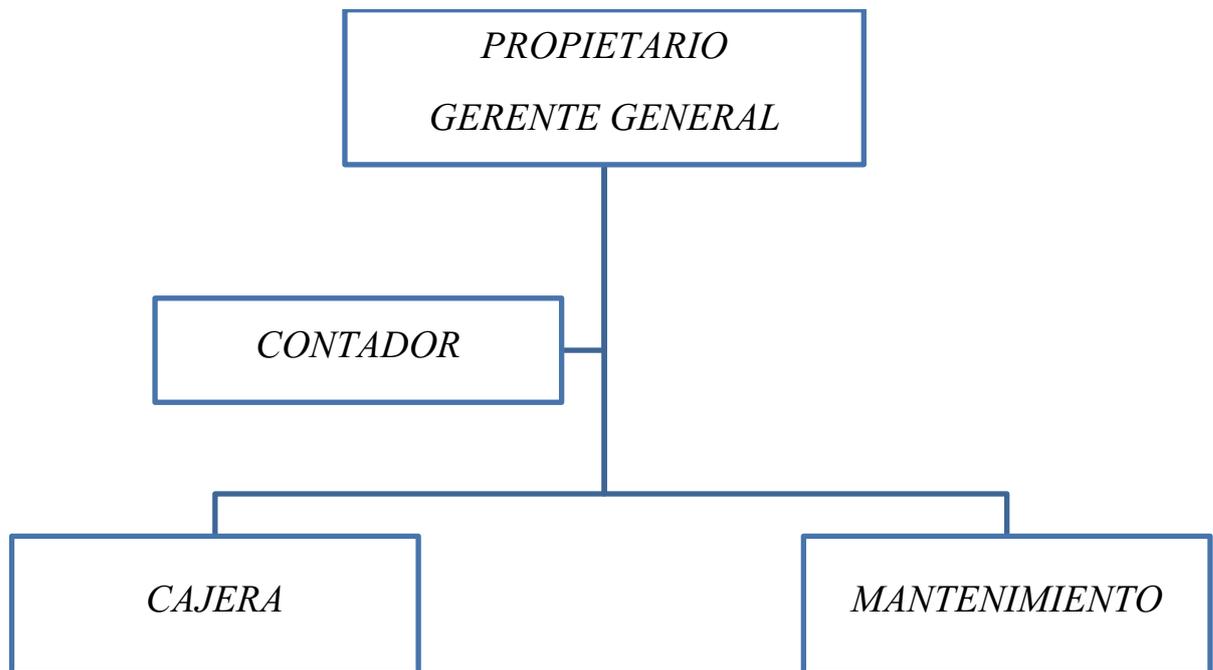


Grafico # 11 Organigrama Estructural
Elaboración. Janina y Mabel Domínguez Medina

Propietario - Gerente General

Es el encargado de llevar el control general de todos lo concerniente con el Vivero Productivo, asumir la responsabilidad legal de la empresa y mantener al día todos los acontecimientos que pertenecen a la misma.

Así como tomar las decisiones correctas para el buen funcionamiento de la empresa además de realizar los presupuestos, llevar la contabilidad, hacer inversiones, pagos, como también predecir futuras pérdidas sobre las ventas y control en el momento de ingresar nuevos inversionistas.

Funciones:

- Designar y remover funcionarios.
- Presentar al décimo mes de cada año el presupuesto de la compañía.
- Manejar los fondos de la compañía bajo su responsabilidad, abrir, manejar cuentas corrientes y efectuar toda clase de operaciones bancarias, civiles y mercantiles.
- Supervigilar la contabilidad, archivo y correspondencia de la sociedad y velar por una buena marcha de su entidad.
- La remuneración mensual para esta función es de \$ 900

Contador

Encargado de realizar todos los procesos contables y financieros necesarios para hacer que el Vivero Productivo sea una de las empresas más populares, también se encarga de llevar el control de crecimiento de en ventas, así mismo como la buena relación con los clientes y empleados que trabajen en nuestra empresa.

Funciones:

- Conseguir nuevos contactos.
- Pagar las remuneraciones al personal.
- Creación de Nuevas Estrategias Financieras
- Administrador del presupuesto para compra de semillas y abonos.
- Responsable de cumplir metas de ventas propias y del vendedor a su cargo.
- Diseño de la imagen corporativa de la empresa y de su diseño como logotipo y slogan.
- Sueldo a percibir: \$ 600

Cajero

Se encarga de recibir y cobrar dinero por los servicios recibidos por los clientes, para ello posee un software cuyos requerimientos son básicamente de rapidez en la atención.

Funciones

- Cobrar las plantas vendidas.
- Responsabilidad sobre el dinero de caja.
- Coordinar acciones de cobro a los pacientes con el personal de admisión.
- Emisión de facturas de clientes en general
- Sueldo a percibir \$ 350

Personal de Mantenimiento

Esta encargado de la limpieza e higiene de la oficina y de los lugares de estancia de los clientes su labor es continua y está estructurada por áreas definidas en las cuales debe de no solo limpiar sino también mantenerlo en buen estado e informar de cualquier deterioro en la infraestructura o en la maquinaria o equipo de la empresa.

Criterios Generales a desempeñar para todos los cargos:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia
- Cuidado de los bienes de uso
- Disposición a identificarse con la compañía
- Buena fe y buenas costumbres

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Luego de haber analizado el sector comercial y agrícola de la Ciudad de Milagro, entendiendo la situación en que se encuentra la ciudad y haber entendido al consumidor; puesto que existe una demanda que no se alcanza a satisfacer por la poca cantidad de viveros con plantas exóticas que existen en la actualidad desde nuestro punto de vista.

La Empresa

Vivero "Estrella", está comprometida a brindar servicios y plantas de excelente calidad que se distinguen, promoviendo el trabajo en equipo, sustentado en valores; contribuyendo a la sociedad en general de manera positiva y confiable.

Logotipo



Figura # 16 Logotipo

Elaboración.Janina y Mabel Domínguez Medina

Descripción del Logotipo

Vivero "Estrella": quiere decir que con el transcurso de los años el negocio brindará a los ciudadanos de Milagro una opción nueva en cuanto a plantas ornamentales y exóticas, comprometiéndose a satisfacer las necesidades de todo el mercado local a través de las mejoras continuas e innovaciones en la producción de plantas, con la ayuda de personal altamente preparado para hacer de su visita a nuestro vivero una experiencia inolvidable.

Eslogan

Produciendo con calidad....!

Misión

Colaborar en el cuidado del medio ambiente, manteniendo y cultivando especies, compartiendo conocimientos y experiencias con personas que valoran y disfrutan la

naturaleza, la belleza de una flor, el canto de los pájaros, el sonido del agua, los cambios de colores en cada estación... teniendo como objetivo común mejorar la calidad de vida de quienes habitamos la tierra protegiendo y preservando el medio ambiente.

Visión

Ser una empresa activa y competitiva, económicamente rentable y ambientalmente sostenible, con un grupo humano que trabaja en un entorno agradable, mejorando su nivel de vida, el de sus familias y el de los clientes.

OBJETIVOS

Objetivo General

Reproducir especies y bajar costos finales a las plantas ornamentales considerando que puedan estar al alcance de más personas y brindar la oportunidad a las personas de pasar un rato agradable con sus familias y amigos, ofreciendo un vivero acogedor y en excelentes condiciones.

Objetivos Específicos

- Analizar la demanda potencial del Vivero Productivo mediante encuestas realizadas a una muestra representativa en la ciudad de Milagro.
- Determinar el área de construcción y adecuamiento del vivero en base a la demanda proyectada según la investigación de mercado.
- Identificar las condiciones contractuales del negocio.
- Analizar todos los ingresos y costos incurridos en el proyecto.
- Determinar la rentabilidad del negocio, mediante índices financieros.
- Definir el riesgo del negocio en distintos escenarios.

Valores Corporativos

- Honestidad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Respeto
- Solidaridad y colaboración
- Confianza

- Ética y Lealtad
- Dinamismo y Proactividad
- Creatividad

Honestidad: Siempre decimos las cosas como son, aunque en algunos casos la verdad puede llegar a incomodar.

Responsabilidad: Hacemos lo que debemos hacer y del modo en que las cosas deben ser hechas, aunque el esfuerzo sea importante.

Compromiso: Nos involucramos para alcanzar lo que se espera de nosotros poniendo todo nuestro empeño y dedicación.

Respeto: Proporcionamos el trato que todas las personas se merecen y exigimos lo mismo para con nosotros.

Solidaridad y Colaboración: Entendemos que el interés común siempre está sobre los intereses particulares, y obramos en consecuencia.

Confianza: Nuestros actos son predecibles, claros y transparentes, por eso también valoramos a quienes hacen lo mismo con nosotros.

Ética y Lealtad: Actuamos con base en resguardar los genuinos intereses de quienes confiaron en nosotros.

Dinamismo y Proactividad: No esperamos que las cosas sucedan, procuramos que pase lo que debe pasar.

Creatividad: Pensamos distinto para lograr mejores resultados.

Política de Calidad

Se manifiesta mediante el firme compromiso con los CLIENTES, satisfaciendo sus requerimientos, para ello garantizamos impulsar calidad basada en los principios de

honestidad, liderazgo y desarrollo del recurso humano, solidaridad, compromiso de mejora y seguridad en nuestras operaciones.

Los esquemas de comercialización de las plantas ornamentales tienen el compromiso de ser un referente para la empresa, que busca ser reconocida por un alto estándar de calidad en cuanto a variedad de plantas ornamentales y exóticas.

Análisis FODA

A continuación efectuamos un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) para así entender mejor la situación del servicio y determinar las mejores estrategias para aprovechar oportunidades, explotar fortalezas y convertir las debilidades en fortalezas.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado. • Instalaciones adecuadas. • Ubicación estratégica del Vivero Productivo en la ciudad. • Plan de distribución. • Elaboración de publicidad. • Adquisición de semilleros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escaso personal de trabajo. • Ser Nuevos en el mercado. • Inexperiencia en el manejo de producción de plantas ornamentales. • Limitado direccionamiento de dinero hacia la publicidad. • Limitado medio de transporte. • Ubicaciones estratégicamente no situadas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del negocio. • Pocos competidores • Insatisfacción en el mercado en relación a la competencia. • Escasos Viveros Productivos de plantas ornamentales. • Promociones y eventos nunca antes implementados en Milagro. • Buena localización disponible para implementar el Vivero Productivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia directa en el mercado. • Sustitutos. • Pérdida de clientes. • Bajo nivel de servicio. • Cambios en las políticas del estado. • Incremento de la delincuencia en la ciudad lo cual da inseguridad a la comunidad de asistir a nuestro local.

Cuadro # 14 Matriz FODA

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS		
ESTRATEGIAS FO-FA-DO-DA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Crecimiento del negocio	Competencia directa en el mercado
	Pocos competidores	Sustitutos.
	Insatisfacción en el mercado en relación a la competencia.	Perdidas de clientes
	Insatisfacción en el mercado en relación a la competencia.	Bajo nivel de servicio.
	Escasos Viveros Productivos e plantas ornamentales	Cambios en las políticas de estado
	Promociones y eventos nunca antes implementados en Milagro.	Incremento de la delincuencia en la ciudad lo cual da inseguridad a la comunidad de asistir a nuestro local.
	Buena localización disponible para implementar el vivero productivo	
FORTALEZAS	FO	FA
Personal profesional y capacitado.	Planeación estratégica como base para el liderazgo en el sector agrícola y comercial.	Segmentar más el mercado.
Instalaciones adecuadas.	Aumentar nuestro servicio al cliente.	Aumentar servicio al cliente.
Ubicación estratégica del vivero productivo.	Crear una mayor variedad de servicios.	Aumentar la calidad en los servicios.
Plan de distribución.	Ampliar cultivos	
Elaboración de publicidad		
DEBILIDADES	DO	DA
Escaso personal de trabajo		
Ser nuevos en el mercado	Crear una cultura más sólida para acrecentar nuestro mercado	Aumentar la comunicación con el servicio al cliente
Inexperiencia en el manejo de producción de plantas ornamentales		
Limitado direccionamiento de dinero hacia la publicidad	Crear una estrategia de comercialización más grande	Aumentar la comunicación interna
Limitado medio de transporte	Tener una mejor comunicación con nuestros clientes	Capacitación del personal
Ubicaciones estratégicamente no situadas		Crear una sólida estructura organizacional con base en el talento humano.

Cuadro # 15 Estrategias Competitivas

Elaboración: Janina y Mabel Domínguez Medina

Como parte de estrategia para la comercialización de plantas ornamentales se requiere comercializar y seguir el análisis FODA es importante utilizar las ventajas del servicio como:

- Recalcar la ventaja diferencial competitiva y atributos del servicio y la comercialización.
- Diferenciar el servicio.
- Ampliar canales de distribución de comercialización.

Fuerzas de Porter

Este modelo se conoce normalmente como “Las Cinco Fuerzas de Porter”, puesto que se hace más fácil de memorizar, al analizar la situación de una empresa a la hora de elaborar una estrategia normalmente pensamos en la competencia como aquellos que venden servicios iguales o similares a los nuestros.

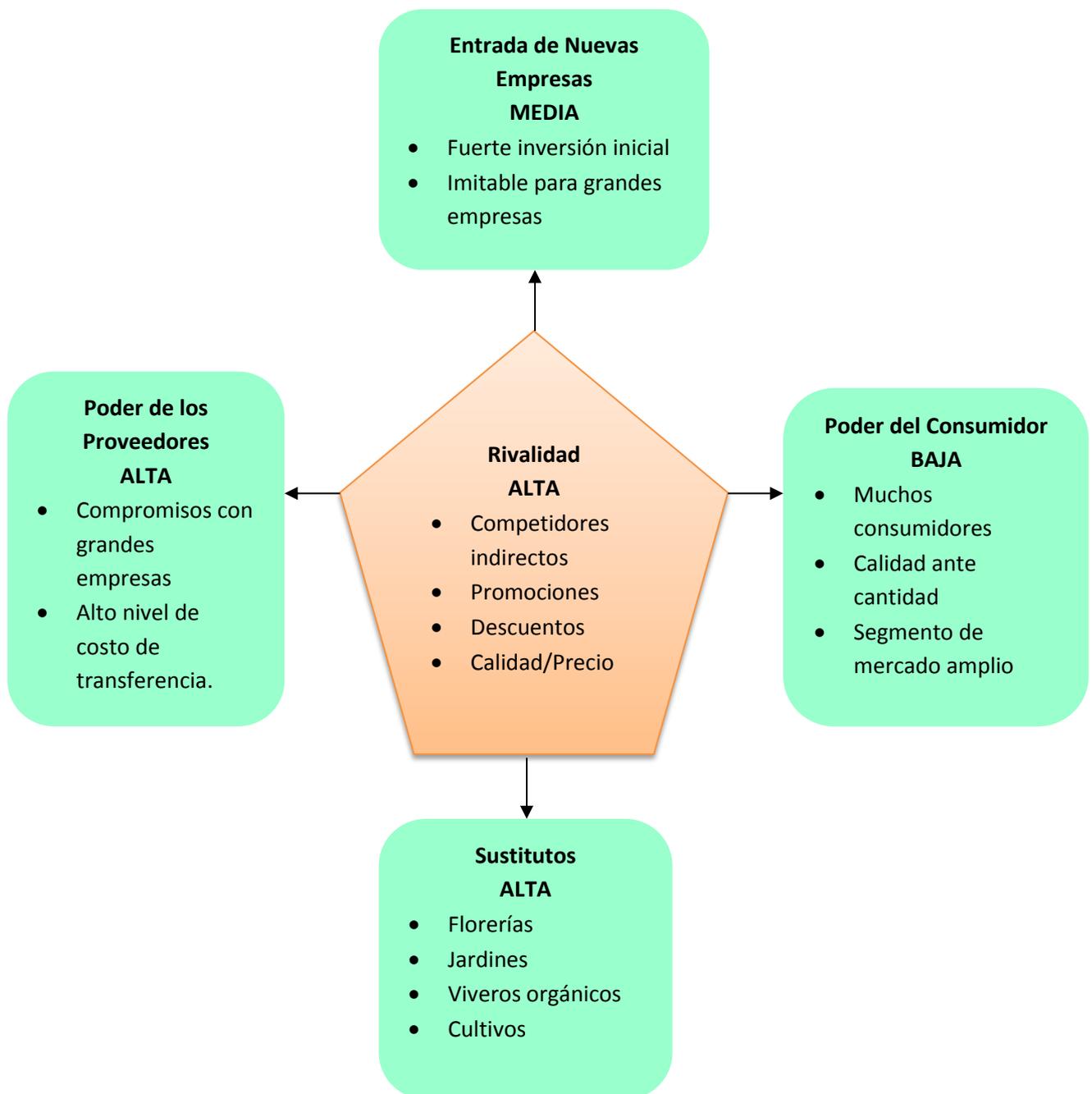
Eso está bien, porque en la mayor parte de los casos contra quien nos enfrentamos es con empresas similares, es algo normal, porque son competidoras directas.

Se consideran como herramientas de gestión las siguientes fuerzas dentro de una empresa:

- Amenaza de la entrada de potenciales competidores.
- Rivalidad entre competidores existentes.
- Amenazas de ingresos de servicios sustitutos.
- Poder de negociación de los compradores/clientes.
- Poder de negociación de los proveedores

Nuestro establecimiento compite en la industria de la producción y comercialización e plantas ornamentales, en consecuencia, es importante comprender cómo evoluciona este sector en el largo plazo; con el fin de establecer estrategias que nos permitan sacar el máximo provecho.

Para ello se empleará el modelo de las cinco fuerzas de Porter.



Cuadro # 16 Fuerzas de Porter

Elaboración: Janina y Mabel Domínguez Medina

Estas fuerzas nos permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa a la que pertenecemos y, de este modo, en base a dicho análisis poder diseñar estrategias que permita aprovechar las circunstancias y hacer frente a las amenazas.

F1. Entrada De Nuevas Empresas

La entrada de nuevas empresas es la facilidad que tiene una compañía para ingresar al mercado, en este caso, la fuerte inversión inicial es el aspecto más importante a considerar, debido a que es un factor determinante por el cual una persona se detendría a pensar si la imitación de este proyecto sería igual de rentable para ella.

Dado el caso de que este proyecto sea rentable, empresas o personas con un alto poder adquisitivo pueden aliarse e imitar el proyecto sin ningún problema y como consecuencia de este análisis, se concluye que la amenaza de entrada de nuevos competidores en la industria de plantas ornamentales es media.

Si nosotros posicionamos a nuestro vivero productivo como novedoso y un ambiente acogedor con opciones de mucha comodidad, pensamos que con todas estas expectativas la competencia se verá amenazada ante nuestro poder de acogida.

F2. Rivalidad De Los Competidores

La rivalidad entre los competidores directos no existe ya que somos únicos en el mercado, pero en relación a los indirectos es alta, dado que en el sector agrícola, uno de los atributos más deseados por el consumidor es la variedad, así como la ubicación y la relación calidad-precio.

Una de las estrategias para atraer nuevos clientes que usan los competidores indirectos, es ofrecer diferentes promociones y descuentos; referencia de ejemplo sería los jardines que ofrecen una variación de precios de acuerdo a la cantidad de plantas que adquieran.

F3. Amenaza De Servicios Sustitutos

La amenaza de servicios sustitutos es alta, puesto que la ciudad de Milagro ofrece un sin número de formas para la adquisición de plantas ornamentales que tienen una gran acogida de la población; como por ejemplo: florerías, jardines, viveros orgánicos y cultivos.

Al momento en que un consumidor va a un establecimiento a comprar plantas ornamentales y éste se encuentre cerrado, el cliente tendrá una gama de lugares alternativos a los cuales puede

ir a comprar las plantas que necesitan de igual manera, con la diferencia de que existirá una variación en el tipo de actividad.

F4. Poder De Negociación De Los Consumidores

El segmento al cual nos enfocamos va desde la clase socio-económica media hasta la clase alta, este target que se ha seleccionado prefiere calidad ante cantidad y que es la que estaría dispuesta a pagar por plantas ornamentales de excelente calidad y exóticas.

Los clientes de nuestro negocio son dispersos, por lo que es casi imposible que la decisión de un grupo reducido de consumidores influya de manera radical sobre la determinación de los otros, en conclusión los consumidores tienen un poder de negociación bajo.

F5. Poder De Negociación De Los Proveedores

Para mantener el stock disponible es necesario realizar contratos a un cierto plazo con grandes empresas como por ejemplo AGRIPAC, las cuáles serían los proveedores de abonos, y por lo tanto se va a establecer un compromiso con dicha marca y sus líneas de productos.

A largo plazo cambiar de proveedor implica un costo adicional y esto sería un poder para los proveedores sobre nosotros.

5.7.1 Actividades

Segmentación del Mercado y Composición del Mercado

Analizando el estudio que se realizó sobre la propuesta, podemos declarar que para la segmentación del mercado debemos considerar factores importantes como sociales y económicos que influyen en el comportamiento del mercado.

- **Aspecto Social.-** Del sector, cantón o ciudad de donde provengan nuestros clientes son de condición social media y alta.
- **Aspecto Económico.-** Nos dirigimos a las familias analizando sus necesidades en cuanto a la adquisición de plantas ornamentales que utilizan como medio ambientación en sus hogares.

Marketing Mix

El estudio de la publicidad se debe iniciar con el estudio de las diferentes variables ya que forma parte del concepto mercadeo. Para ello es necesario conocer los componentes del mercado, las empresas que ofertan los productos, los clientes que demandan estos productos y el punto en que los clientes satisfacen sus necesidades con los productos ofrecidos por las diferentes empresas que componen el mercado. Para conocer estas necesidades y poder satisfacerlas en el mercado empresarial, se deben analizar las 4 P que componen las variables de mercado micro empresarial.

- Producto
- Precio
- Plaza - Distribución
- Promoción - Publicidad

Producto

Se considera como producto al vivero productivo de plantas ornamentales. Éste conlleva implícitamente los servicios que brinda, tales como árboles, arbustos, trepadoras, rosas, cactus, vivaces, plantas de interior y orquídeas de los cuales los clientes disfrutarán al “consumir” el producto.

El enfoque del vivero productivo, está encaminado a conseguir que la gente de la ciudad de Milagro, la considere como una nueva opción en cuanto a la adquisición de plantas ornamentales, teniendo como estrategia de posicionamiento sus modernas instalaciones y su gran poder de atracción por poseer características muy innovadoras, además de la oportunidad que brinda a las personas de pasar un rato agradable con sus familias y amigos en ambiente vegetal. Los servicios adicionales están enfocados en lograr satisfacer todas las necesidades que posean los potenciales clientes, es así que se construirá una cabaña para descanso de los clientes, un bar, siendo ésta otra fuente de ingresos muy importante en nuestro estudio.

El mismo está pensado en base a las necesidades del segmento mujeres (53% de la población) que necesitan ser cubiertas por un tipo de vivero productivo como éste.

Marca: Vivero “Estrella”



Eslogan: Produciendo con calidad....!

Precio

Según estudios en el mercado potencial, la mayoría de personas están dispuestas a pagar entre \$1 y \$15 por diferentes clases de plantas ornamentales (Cuadro#19), por lo que se tomará en cuenta dicho monto, lo que quiere decir que de cierto modo se tiene el poder sobre el precio. Se está consciente que no hay que abusar de éste hecho, debido al alto número de sustitutos que pueden existir.

Plaza

El vivero productivo de plantas ornamentales estará ubicado en el Km. 6 de la Vía Milagro – parroquia Roberto Astudillo. Esto debido a lo mostrado en los análisis del mercado, donde la mayor parte mostró su interés de asistir al vivero si éste estaba en la zona mencionada. La ubicación se muestra como tercer factor más importante, según el análisis de encuestas.

Promoción

A pesar de que el estudio de mercado arroja resultados de preferencia de los potenciales clientes por ver promociones televisivas, dicha estrategia no es muy conveniente dado el caso de que las propagandas saldrían a nivel nacional, a menos de que se publiciten en los canales locales de Milagro, los mismos que han sido contratados por aproximadamente el 45% de la población total.

Por estas razones, resulta más conveniente publicar un espacio publicitario en el periódico local La Verdad, periódico de emisión semanal los días sábados y es adquirido masivamente.

Los espacios publicitarios serán publicados por un período de 3 meses, tiempo en el cual el Vivero Productivo de Plantas Ornamentales se estará dando a conocer.

Horario de atención:

Lunes – Domingos

Promoción - Publicidad: La empresa siempre tendrá presente el bienestar de sus clientes, brindando las indicaciones necesarias para cada uno de los servicios y productos que se oferten en el vivero productivo de plantas ornamentales, para informar, convencer y recordar a los clientes la visita a nuestro negocio, permitiendo el posicionamiento y reconocimiento.

Una vez analizadas estas variables, se las debe empatar con los 6 adecuados micro empresariales, le permitirán tener mayores probabilidades de éxito:

- Producto adecuado
- Precio adecuado
- Lugar adecuado
- Servicio adecuado
- Publicidad adecuada
- Personal de ventas adecuado

La empresa debe establecer cuál será su ventaja competitiva. El empresario, si desea tener éxito en su negocio, necesariamente debe tener una característica que la diferencie y le distinga de su competencia. Si aún no la tiene, debe comenzar a trabajar desde ya por ella e ir la difundiendo poco a poco a través de campaña promocional y publicitaria hasta que el cliente pueda percibir esta ventaja competitiva e inicie el proceso de compras y llegue a la fidelidad como cliente.

En consecuencia, para iniciar el marketing, es fundamental que conozca a sus clientes y determine cuáles son sus características y necesidades. Solo así podrá enfocar su publicidad hacia medios más efectivos que permitan incrementar el número de sus clientes y por lo tanto los niveles de ventas. Entendida la estrategia como el marco de referencia dentro del cual se toma las decisiones para alcanzar una posición futura, el diseño de ella comprende cuatro componentes:

- **Alcance:** determina hasta donde se llegará con la aplicación de la “estrategia”, por tanto, este componente define el objetivo perseguido por la estrategia.
- **Recursos:** definido el alcance se deben definir los recursos requeridos para la implementación de la “estrategia” y el logro de los objetivos planeados por ella. Este componente describe el tipo, la cantidad y la asignación de los recursos.
- **Ventaja Competitiva:** representa la capacidad de la “estrategia” escogida para crear, producir y generar las tácticas para enfrentar la posición futura, sin alejarse del objetivo perseguido por la “estrategia”.
- **Sinergia:** establece el nivel de vinculación entre las componentes anteriormente mencionadas y la capacidad que en conjunto generan para alcanzar los logros que determinaron el establecimiento de la “estrategia”.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Con el propósito de medir y evaluar el desempeño en las pequeñas empresas para el logro de objetivos, es necesario que cuente con una serie de elementos o artículos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado.

Requerimientos del personal

La propuesta requiere del siguiente personal con experiencia y conocimiento según la estimación realizada:

DENOMINACIÓN DEL CARGO	No. DE CARGOS
PROPIETARIO - GERENTE GENERAL	1
CONTADOR	1
CAJERA	1
MANTENIMIENTO	2

Cuadro # 17 Requerimiento de Personal

Elaboración: Janina y Mabel Domínguez Medina

De acuerdo parámetros establecidos para el desarrollo de la presente propuesta, es necesario detallar a continuación el Recurso material y el Talento Humano requerido.

De acuerdo a parámetros establecidos para el desarrollo del presente proyecto, es necesario detallar a continuación el Recurso material y financiero requerido:

Vivero "Estrella"			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
2	ESCRITORIOS	150.00	300.00
2	SILLAS EJECUTIVAS	60.00	120.00
8	SILLAS DE ESPERA	40.00	320.00
2	ARCHIVADORES	75.00	150.00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		890.00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
1	CALCULADORAS/SUMADORAS	50.00	50.00
1	MESA EJECUTIVA	250.00	250.00
1	TELEFAX	150.00	150.00
2	TELEFONOS	40.00	80.00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		2,310.00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>		
2	COMPUTADORAS	650.00	1,300.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	300.00	300.00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1,600.00
	<u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u>		
2	PALAS	40.00	80.00
1	HORQUILLAS	25.00	25.00
3	RASTRILLO	22.00	66.00
2	AZADAS DE DISTINTOS FORMATOS	18.00	36.00
4	TIJERAS DE PODAR	49.00	196.00
2	SERRUCHOS ESTÁNDAR	12.00	24.00
2	SERRUCHOS CURVO	16.00	32.00
2	SERRUCHOS PLEGABLES	21.00	42.00
3	SERRUCHOS DE ARCO	19.00	57.00
2	CARRETILLAS	75.00	150.00
4	REGADERAS	26.00	104.00
2	MANGUERAS	16.00	32.00
100	MACETAS DE PLÁSTICO	3.50	350.00
100	MACETAS DE BARRO	2.75	275.00
2	CARRO TRANSPORTADOR	56.00	112.00
50	TABIQUES DE MADERA	2.50	125.00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		1,706.00
	<u>VEHICULOS</u>		
1	CAMION PEQUEÑO	25,000.00	25,000.00
	TOTAL VEHICULOS		25,000.00
	<u>TERRENO</u>		
1	TERRENO	25,000.00	25,000.00
	TOTAL EDIFICIO		25,000.00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			56,506.00

Cuadro # 18 Activos Fijos

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

Vivero "Estrella"**PLANTAS ORNAMENTALES**

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
12	ARETES DE FUEGO	2.00	24.00
12	AZULINAS	0.50	6.00
12	BAMBÚ	5.50	66.00
12	BEGONIA BIG	2.50	30.00
12	CARTUCHO BLANCO	1.80	21.60
12	CROTOS	3.70	44.40
12	CAMPANA DE ORO	6.70	80.40
12	CUCARDAS	3.00	36.00
12	COQUETAS	1.20	14.40
12	CHAVELAS	4.40	52.80
12	DURANTAS	1.60	19.20
12	ESCANCELES ROJOS	0.50	6.00
12	FOSFORITOS	0.50	6.00
12	GERANIO COLGANTE	1.00	12.00
12	GÉRBERA	4.00	48.00
12	HEBES BLANCOS	2.30	27.60
12	HIERBA BUENA	0.70	8.40
12	LIMA	10.00	120.00
12	MARIPOSAS	0.50	6.00
12	MINIROSAS	2.00	24.00
12	MANZANOS	6.90	82.80
12	NIEVEZ	0.50	6.00
12	OJO DE POETA	0.65	7.80
12	PAPIROS	6.40	76.80
12	PERRITOS	0.60	7.20
12	PALMA WASHINGTON	6.00	72.00
12	PALMA CICUA	4.00	48.00
12	ROSAS	2.50	30.00
12	RABO DE MONO	0.90	10.80
12	SALVIA	0.50	6.00
12	TERCIOPELINAS	1.00	12.00
12	TUPIROSA	0.70	8.40
12	TOMILLO	0.70	8.40
12	VINCAS	0.70	8.40
12	ARETES BAILARIN	2.00	24.00
12	AQUILEGIA	2.00	24.00
12	BOMBERO	0.50	6.00
12	BEGONIA ALA DE ANGEL	2.50	30.00
12	CLAVELINA	1.90	22.80
12	CIPRÉS AZUL	3.80	45.60
12	CORAZÓN HERIDO	4.00	48.00
12	CLAVELINAS	0.70	8.40
12	CALANCHOAS	4.70	56.40
12	CHIFLERA BICOLOR	4.70	56.40
12	DOLAR	1.00	12.00
12	ESCANCELES VERDES	0.50	6.00
24	FRUTILLA	1.50	36.00
24	GERANIOS NOVIO	1.80	43.20
24	GARDEÑAS	5.70	136.80
12	HEBES MORADOS	2.30	27.60
24	HORTENCIA	2.70	64.80
12	LIMONES EN FLOR	10.00	120.00
24	MARGARITA ROSADA	0.60	14.40
12	MANDARINA	10.00	120.00
12	NARANJAS	10.00	120.00
12	OSTIOS	1.70	20.40
12	PALMA ARECA	7.40	88.80
12	PENSAMIENTO	0.80	9.60
12	PATA DE PALOMA	4.50	54.00
12	PONSETIAS	6.50	78.00
12	RUDA	0.70	8.40
12	SAUCES	1.90	22.80

12	TRUENOS AMARILLOS	2.20	26.40
12	TOMATE DE ÁRBOL	2.70	32.40
12	TOMATE CHERRY	2.50	30.00
12	VIEJITOS	0.50	6.00
12	AGUACATES	10.00	120.00
12	BEGONIA CHINA	2.00	24.00
12	BERENGENA	3.90	46.80
12	CALÉNDULA	0.70	8.40
44	CACTUS	0.90	39.60
12	CORDELINA	3.70	44.40
12	CLAVEL DOBLE	2.00	24.00
12	ELIOTROPO	1.00	12.00
12	GERANIO REY	1.70	20.40
12	GERANIO REY E.	1.70	20.40
12	HELECHO	3.00	36.00
12	LAGRIMAS DE BB	0.70	8.40
12	MARIGOL	0.60	7.20
12	MILLONARIAS	3.00	36.00
12	MALA MADRE	2.10	25.20
12	MANZANILLA	0.40	4.80
12	OREJA DE CONEJO	2.70	32.40
12	POMPOM	0.65	7.80
12	PETUNIAS	0.70	8.40
12	PONCHO DE INDIO	2.70	32.40
24	ROSA MARÌA	3.70	88.80
12	SIETE CUEROS	3.70	44.40
12	TRONCO DE LA FELICIDAD	7.00	84.00
12	TANGO	7.70	92.40
12	TABACOS	0.50	6.00
12	VERANERAS	8.00	96.00
12	ASTERS	0.90	10.80
12	ANTURIOS	8.10	97.20
12	BAMBÚ DE AGUA	3.60	43.20
50	BONSAY	15.00	750.00
24	CLAVELES CHINOS	0.50	12.00
12	CIPRES LIBRO	3.90	46.80
12	CEDRÓN	1.00	12.00
12	MORA DE A.	3.70	44.40
24	GERANIO BICOLOR M.	8.00	192.00
24	GERANIO REY D.	1.80	43.20
12	HIERBA LUISA	1.00	12.00
12	LAVANDAS	0.90	10.80
24	MIRAMELINDAS	1.00	24.00
12	MARGARITAS ROJAS, A, B.	1.00	12.00
12	MALA MADRE P.	0.70	8.40
12	PALMA CORALINA	3.70	44.40
	TOTAL INVERSION PLANTAS		\$ 4,770.00

Cuadro # 19 Detalle de Gastos de Compra de plantas Ornamentales

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

Vivero "Estrella" DETALLE DE GASTOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	10,800.00	11,340.00	11,907.00	12,502.35	13,127.47
1	CONTADOR	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00	7,560.00	7,938.00	8,334.90	8,751.65
1	CAJERA	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	4,200.00	4,410.00	4,630.50	4,862.03	5,105.13
2	MANTENIMIENTO	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00	3,780.00	3,969.00	4,167.45	4,375.82
	APORTE PATRONAL	225.01	225.01	225.01	225.01	225.01	225.01	225.01	225.01	225.01	225.01	225.01	225.01	2,700.12	2,835.13	2,976.88	3,125.73	3,282.01
	DECIMO CUARTO				4,500.00									4,500.00	4,725.00	4,961.25	5,209.31	5,469.78
	DECIMO TERCERO												2,150.00	2,150.00	2,257.50	2,370.38	2,488.89	2,613.34
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	2,375.01	2,375.01	2,375.01	6,875.01	2,375.01	4,525.01	35,150.12	36,907.63	38,753.01	40,690.66	42,725.19						

GASTOS DE GENERALES		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	300.00	315.00	330.75	347.29	364.65
	ENERGIA ELECTRICA	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	720.00	756.00	793.80	833.49	875.16
	TELEFONO	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	300.00	315.00	330.75	347.29	364.65
	SERVICIOS DE INTERNET	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	480.00	504.00	529.20	555.66	583.44
	UTILES DE OFICINA	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	7.42	7.42	7.42	7.42	7.42	7.42	7.42	7.42	7.42	7.42	7.42	7.42	89.00	89.00	89.00	89.00	89.00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	528.00	528.00	528.00	-	-
	DEPRECIACION DE VEHICULO	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
	DEPRECIACION DE EDIFICIO	104.17	104.17	104.17	104.17	104.17	104.17	104.17	104.17	104.17	104.17	104.17	104.17	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	19.25	19.25	19.25	19.25	19.25	19.25	19.25	19.25	19.25	19.25	19.25	19.25	231.00	231.00	231.00	231.00	231.00
	DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	14.22	14.22	14.22	14.22	14.22	14.22	14.22	14.22	14.22	14.22	14.22	14.22	170.60	170.60	170.60	170.60	170.60
	TOTAL GASTOS GENERALES	805.72	9,668.60	9,788.60	9,914.60	9,518.90	9,657.82											

GASTO DE VENTAS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
	IMPULSORAS/VENDEDORAS	200.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	6,800.00	7,140.00	7,497.00	7,871.85	8,265.44
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	300.00	700.00	8,000.00	8,340.00	8,697.00	9,071.85	9,465.44										

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	3,480.73	3,880.73	3,880.73	8,380.73	3,880.73	6,030.73	52,818.72	55,036.23	57,364.61	59,281.41	61,848.45							
-----------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Cuadro # 20 Detalle de Gastos

Elaboración: Janina y Mabel Domínguez Medina

Vivero "Estrella"																			
PRESUPUESTO DE INGRESOS																			
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES VENDIDAS PRECIO PROMEDIO	4,500.00	2.50	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	135,000.00	141,750.00	148,837.50	156,279.38	164,093.34
TOTAL DE INGRESOS			11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	11,250.00	135,000.00	141,750.00	148,837.50	156,279.38	164,093.34

Cuadro # 21 Presupuesto de Ingreso

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	890,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1.600,00
VEHICULO	25.000,00
TERRENO	25.000,00
EQUIPO DE OFICINA	2.310,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1.706,00
CAJA - BANCO	15.000,00
INVENTARIO	4.770,00
TOTAL DE LA INVERSION	76.276,00

Cuadro # 22 Inversión del Proyecto

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		76,276.00
Financiado	67%	51,276.00
Aporte Propio	33%	25,000.00
		76,276.00

Cuadro # 23 Financiación del Proyecto

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	13.00%	0.13
		0.13

Cuadro # 24 Tasa Anual

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	51,276.00	6,665.88

Cuadro # 25 Préstamo Bancario

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				51,276.00
1	10,255.20	6,665.88	16,921.08	41,020.80
2	10,255.20	5,332.70	15,587.90	30,765.60
3	10,255.20	3,999.53	14,254.73	20,510.40
4	10,255.20	2,666.35	12,921.55	10,255.20
5	10,255.20	1,333.18	11,588.38	-
	51,276.00	19,997.64	71,273.64	

Cuadro # 26 Tabla de Amortización

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

Vivero “Estrella”

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	135.000,00	141.750,00	148.837,50	156.279,38	164.093,34	745.960,22
(-) COSTO DE VENTAS	8.000,00	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	44.205,05
UTILIDAD BRUTA	127.000,00	133.350,00	140.017,50	147.018,38	154.369,29	701.755,17
COSTOS INDIRECTOS	52.818,72	55.036,23	57.364,61	59.281,41	61.848,45	286.349,41
UTILIDAD OPERACIONAL	74.181,28	78.313,77	82.652,89	87.736,97	92.520,85	415.405,76
(-) GASTOS FINANCIEROS	6.665,88	5.332,70	3.999,53	2.666,35	1.333,18	19.997,64
UTILIDAD ANTES PART. IMP	67.515,40	72.981,07	78.653,36	85.070,62	91.187,67	395.408,12
PARTICIPACION EMPLEADOS	10.127,31	10.947,16	11.798,00	12.760,59	13.678,15	59.311,22
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	57.388,09	62.033,91	66.855,36	72.310,02	77.509,52	336.096,90
IMPUESTO RENTA	12.625,38	13.647,46	14.708,18	15.908,21	17.052,09	73.941,32
UTILIDAD NETA	44.762,71	48.386,45	52.147,18	56.401,82	60.457,43	262.155,58

Cuadro # 27 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

Vivero “Estrella” BALANCE GENERAL

CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	-					
CAJA -BANCOS	15.000,00	79.528,80	126.770,58	177.842,72	232.892,56	291.896,83
INVENTARIO	4.770,00	4.770,00	4.770,00	4.770,00	4.770,00	4.770,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	19.770,00	84.298,80	131.540,58	182.612,72	237.662,56	296.666,83
ACTIVOS FIJOS	56.506,00	56.506,00	56.506,00	56.506,00	56.506,00	56.506,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		7.268,60	14.537,20	21.805,80	28.546,40	35.287,00
TOTAL DE ACTIVO FIJO	56.506,00	49.237,40	41.968,80	34.700,20	27.959,60	21.219,00
TOTAL DE ACTIVOS	76.276,00	133.536,20	173.509,38	217.312,92	265.622,16	317.885,83
PASIVO	-					
CORRIENTE						
PRESTAMO	51.276,00	41.020,80	30.765,60	20.510,40	10.255,20	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	10.127,31	10.947,16	11.798,00	12.760,59	13.678,15
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	12.625,38	13.647,46	14.708,18	15.908,21	17.052,09
TOTAL PASIVO	51.276,00	63.773,49	55.360,22	47.016,58	38.924,00	30.730,24
PATRIMONIO	-					
APOORTE CAPITAL	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	44.762,71	48.386,45	52.147,18	56.401,82	60.457,43
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	44.762,71	93.149,16	145.296,34	201.698,16
TOTAL PATRIMONIO	25.000,00	69.762,71	118.149,16	170.296,34	226.698,16	287.155,58
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	76.276,00	133.536,20	173.509,38	217.312,92	265.622,16	317.885,83

Cuadro # 28 Balance General

Elaboración: Janina y Mabel Domínguez Medina

Vivero “Estrella”

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	135.000,00	141.750,00	148.837,50	156.279,38	164.093,34	745.960,22
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		135.000,00	141.750,00	148.837,50	156.279,38	164.093,34	745.960,22
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	76.276,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	35.150,12	36.907,63	38.753,01	40.690,66	42.725,19	194.226,60
GASTO DE VENTAS	-	8.000,00	8.340,00	8.697,00	9.071,85	9.465,44	43.574,29
GASTOS GENERALES	-	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	13.261,52
GASTO DE COMBUSTIBLE	-	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	6.630,76
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	6.800,00	7.140,00	7.497,00	7.871,85	8.265,44	37.574,29
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	10.127,31	10.947,16	11.798,00	12.760,59	13.678,15
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	12.625,38	13.647,46	14.708,18	15.908,21	17.052,09
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	76.276,00	53.550,12	78.920,32	83.510,63	88.307,99	93.500,70	325.997,70
FLUJO OPERATIVO	-76.276,00	81.449,88	62.829,68	65.326,87	67.971,38	70.592,65	348.170,47
INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	51.276,00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	51.276,00	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	10.255,20	10.255,20	10.255,20	10.255,20	10.255,20	51.276,00
PAGO DE INTERESES	-	6.665,88	5.332,70	3.999,53	2.666,35	1.333,18	19.997,64
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	16.921,08	15.587,90	14.254,73	12.921,55	11.588,38	71.273,64
FLUJO NETO NO OPERATIVO	51.276,00	-16.921,08	-15.587,90	-14.254,73	-12.921,55	-11.588,38	-71.273,64
FLUJO NETO	-25.000,00	64.528,80	47.241,78	51.072,14	55.049,83	59.004,27	276.896,83
SALDO INICIAL	-	15.000,00	79.528,80	126.770,58	177.842,72	232.892,56	
FLUJO ACUMULADO	-	79.528,80	126.770,58	177.842,72	232.892,56	291.896,83	

Cuadro # 29 Flujo de Caja

Elaboración: Janina y Mabel Domínguez Medina

5.7.3 Impacto

Los beneficios principales para el sector florícola de la Ciudad radican en que el Vivero se comprometa en dar un servicio de calidad y con garantía al alcance de las familias milagreñas, que les permitan la adquisición de diferentes variedades de plantas ornamentales.

De esta forma, las principales ventajas serian el acceso a adquirir y hacer uso de un servicio de calidad, con ideas prometedoras para el desarrollo de nuevas metas; con incrementos económicos satisfactorios y una rentabilidad aceptable.

5.7.4 Cronograma

DIAGRAMA DE GANTT

N.-	Actividades Meses - Semanas	TIEMPO DE DURACIÓN											
		OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Buscar local	■	■										
2	Sacar permisos para local			■									
3	Promoción de Publicidad del Servicio			■	■								
4	Pintada y Remodelación del local			■	■								
5	Cotización de Materiales					■							
6	Compra de Materiales						■	■	■				
7	Instalación de Maquinarias, Equipos y Mobiliarios									■	■		
8	Contratación del Personal										■	■	
9	Ejecución o Prestación del Servicio												■

Cuadro # 30 Cronograma de Actividades

Elaboración:Janina y Mabel Domínguez Medina

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Como se ha mencionado anteriormente, los dueños de empresas deben dedicarse personalmente a actividades de planificación, organización, ejecución y control en lo concerniente con la empresa: ventas, compras, publicidad, exhibición, finanzas, manejo de personal, etc.

Los lineamientos básicos obtenidos en una empresa pueden disminuir los riesgos y asegurar rentabilidad para ello es necesario:

- ✦ Estudio general de la empresa.
- ✦ Análisis de factores externos e internos.
- ✦ Establecimiento de un plan de mejoras.
- ✦ Cumplimiento a cabalidad con las obligaciones laborales, tanto en tiempo como en cantidades económicas, para evitar problemas futuros.
- ✦ Implementación de medidas de seguridad
- ✦ Desarrollar estrategias para ubicarse dentro del mercado competitivo.
- ✦ Promover el desarrollo integral del personal, y como consecuencia el desarrollo de la organización.
- ✦ Agilizar la toma de decisiones y la solución de problemas que se presenten en las organizaciones.
- ✦ Aumentar el nivel de satisfacción tanto personal como empresarial, desarrollando un sentido de progreso.
- ✦ Motivar al personal a identificarse con los objetivos de la organización.

CONCLUSIONES

Hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Que la empresa cuenta con un flujo de efectivo acorde con las operaciones que realiza.
- Las proyecciones presupuestarias demuestran que la creación del Vivero Productivo de Plantas Ornamentales ofrece rentabilidad a la inversión.

A lo largo de los años, los viveros han resultado ser negocios que generan altos niveles de rentabilidad y buenos ingresos económicos, además de sin lugar a duda incrementar el turismo proveniente desde cualquier lugar del mundo.

Por esta razón nuestro proyecto se convierte en una opción muy llamativa para aquellos empresarios que desean invertir en el sector agrícola, ya que mediante la realización de este proyecto hemos podido comprobar que los supuestos con los que se inició el mismo son muy ciertos, dado que específicamente en el sector al que va dirigido este proyecto la demanda insatisfecha es consistente con lo requerido para que el mismo se vuelva rentable desde cualquier punto de vista.

Las expectativas de crecimiento para el proyecto son altamente satisfactorias considerando que en la actualidad la economía del país no se encuentra muy estable. Una vez concluido con el análisis financiero de la creación de un Vivero Productivo, es posible afirmar la premisa de contar con un proyecto rentable, con una demanda potencial.

Los análisis financieros reflejan la rentabilidad de este proyecto, consiguiente con las ganancias de los 2 primeros años que son un poco más bajos que el resto de años proyectados porque es en este periodo que se realiza el pago de los intereses de la deuda, siendo para el 5to y 6to año la recuperación total de lo invertido.

RECOMENDACIONES

Este trabajo ha sido un recorrido, por un conjunto de áreas posibles cuando hablamos de Plantas Ornamentales. Si bien no nos propusimos profundizar en todos los márgenes del problema, cada uno aporta principios, alertas y en alguna medida criterios prácticos y técnicos para organizar la tarea o supervisarla según el caso.

Si los interesados por su parte consiguen añadir algo significativo a la gestión de empresas de servicios, o si la organización en su conjunto descubre el placer y eficacia de operar; entonces este trabajo habrá cumplido su cometido y sólo nos resta superarlo.

Para ello debemos:

- *Evitar la improvisación y usar adecuadamente la planeación, organización y control para optimizar los saberes y experiencias, generando resultados positivos.*
- Incrementar por medio de estrategias las ventas de publicidad del negocio, esto se logrará estimulando al personal encargado de las mismas.
- Capacitar al personal periódicamente para lograr los objetivos establecidos y con la ayuda de la tecnología brindar una mejor calidad en servicio.
- Lograr una imagen de prestigio, trabajando con imparcialidad; ofreciendo precios justos y servicios de calidad.
- Aprovechar en forma rápida y oportuna los sectores donde se difunda el servicio.
- Las exigencias de los clientes deben ser acatadas por la empresa.
- Manejar una buena política de relaciones públicas para poder comunicar a los proveedores, socios y clientes de los avances en la empresa, promociones y políticas que serán establecidas, tomando en cuenta los resultados analizados en las investigaciones de mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- ✦ ALVAREZ DE LINERA, Pablo: “La preparación de la siguiente generación para dirigir la empresa familiar”, en Revista D Tribuna Democrática, N. 54, Quito, 2010, “pp”.5-6.
- ✦ MARIÑO, Wilson: *100 respuestas a los problemas de la pequeña empresa*, Aguilar, Quito, 2010.
- ✦ SPULBER, Daniel F. : *Estrategia de gestión*, Bresca Editorial, Barcelona, 2010
- ✦ NAVARRO, Peter: *Microeconomía para directivos*, Bresca Editorial, Barcelona, 2010
- ✦ CULTURAL S.A. *Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Polígono Industrial*, Madrid, 2005.
- ✦ PALAO, Jorge y GOMEZ, Vicent: *Diez claves para ser un Empresario de éxito*, Palao Editores SAC, Lima, 2009.
- ✦ D’ALESSIO, Fernando: “*El Proceso Estratégico- Un enfoque de Gerencia*” , Pearson Education, Barcelona, 2008.
- ✦ MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES, www.cna.gob.gt/plai/doc/recursos/manualesdepuestosyfunciones.pdf.extraído el 11 -06-2012.
- ✦ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, *Procesado con Redatam+SP*, CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010, extraído 4/06/2012.
- ✦ SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, www.sri.gov.ec/, extraído el 12/02/2013.

ANEXOS

ANEXO 1: FORMATO DE ENCUESTAS



UNIVERSIDAD DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

OBJETIVO:

Determinar cómo influye en la población del cantón Milagro el ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN VIVERO PRODUCTIVO DE PLANTAS ORNAMENTALES EN EL KM. 6 DE LA VÍA MILAGRO – PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO.

INSTRUCCIONES:

Por favor leer detenidamente las siguientes preguntas y marque con una x el casillero que usted crea conveniente.

PREGUNTAS

1.- Defina su sexo

Hombre

Mujer

2.- Defina su edad

15 a 20 años

21 a 30 años

31 a 40 años

41 a 65 años

3.- A que considera usted un vivero productivo.

Finca

Complejos

Jardín

Huerto

4- ¿Cuál es la frecuencia con la que usted visita los viveros?

Diariamente

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

5.- A qué lugar asiste cuando quiere ir en compra de plantas ornamentales

Guayaquil

Milagro

Ciudades aledañas

6.- ¿Cuáles son las características que usted considera importante en un vivero?

Ubicación

Costos

Modernidad

Calidad de Servicio

Seguridad

7.- ¿Qué clases de plantas le gustan?

Ornamentales

Frutales

Medicinales

8.- ¿Por qué medio le gustaría recibir información publicitaria del vivero?

Diarios

Volantes

Radio

Televisión

Otros

9.- ¿Cuántos viveros de plantas ornamentales hay por su sector?

Ninguno

1 a 5

6 o más

10.- ¿Cuáles son los clientes que visitan los viveros de plantas ornamentales?

Mayoristas

Minoristas

Instituciones Públicas

Particulares

Gracias por su colaboración

ANEXO 2: DOCUMENTOS PARA PERMISO Y PATENTE MUNICIPAL



 República del Ecuador
Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro

Departamento Financiero **Sección Rentas**

Partida No.: 6.2.3.01.13 Valor \$ 1.00

Recibi del Sr.: DEYSI MARINA NIMENEZ VERA

La cantidad de: UN DOLAR

Por concepto de: REGISTRO SANITARIO Y TOXICOLÓGICO AÑO 2004, PARA PRESTAR SERVICIOS DE CONSTRUCCION

N° 0471987 Milagro 6 de septiembre del 2004

 Departamento Financiero	 Jefe de Rentas	 Tesorero Municipal
---	--	--



 República del Ecuador
Ilustre Municipalidad del Cantón Milagro

Departamento Financiero **Sección Rentas**

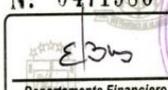
Partida No.: 6.2.1.02.07 Valor \$ 1.80

Recibi del Sr.: DEYSI MARINA NIMENEZ VERA

La cantidad de: UN DOLAR OCHENTA CENTAVOS

Por concepto de: CAPITAL EN GIRO No. 3297 PARA PRESTAR SERVICIOS DE CONSTRUCCION DE PUENTES, ETC.

N° 0471986 Milagro 6 de septiembre del 2004

 Departamento Financiero	 Jefe de Rentas	 Tesorero Municipal
--	--	--


MUNICIPIO DE MILAGRO

PATENTE

De Comerciantes, Industriales y otras Actividades que se ejerzan en el Cantón

De conformidad con el Capítulo VIII de la Ley de Regimen Municipal vigente y en uso de las atribuciones que concede la ordenanza Municipal para la aplicación y el cobro del Impuesto de Patentes, se confiere en esta fecha, la presente Patente para que pueda funcionar el establecimiento comercial.

Destinado a _____

Propiedad de _____ Cédula No.: _____

Situado en la calle _____

Queda obligado el propietario de este negocio a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes, bajo apercibimiento de ser sancionado, hasta con la usura.

Esta Patente caduca el 31 de Diciembre del 2004

Registro No.: _____

VALOR US\$ 2.00

MUNICIPALIDAD MILAGRO
 DIRECCION FINANCIERA

 FIRMA AUTORIZADA
 Director Financiero

N° 0005612

VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00

Nº 0005625



Declaración Individual del Impuesto del 1,5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 153 del R. O. No. 662 de Enero 16/84.

Año 2004

SELLO DEL R.U.C.

Registro Económico al que Corresponde la Declaración
Desde: _____
Hasta el 31 de Diciembre del 200 _____

Espacio Reservado para el Municipio de Milagro
Número de la Declaración _____

IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

01 Apellido Paterno	02 Apellido Materno	03 Nombres	04 Cédula Identidad			
05 Lugar de Nacimiento	06 Fecha de Nacimiento	07 Nacionalidad	08 Sexo M () F ()	09 estado Civil		
10 Domicilio Ciudad	11 Calle	12 No.	13 Provincia	14 Cantón		
15 Teléfono	16 Casilla	17 Actividades Económicas		18 Título Profesional		

IMPUESTOS A LOS CAPITALES

Capital	Valor	Impuesto Básico	Recargo	Total
Propio	01 \$	02 \$	03	04
Ajeno	05	06	07 - 5 ABR 2004	08
Otros	09	10	11	12
Total	13	14	15	16

Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o Falsedad declaro que todas las informaciones contenidas En este formulario son verídicas, correctas y completas.

Firma del Declarante	Dirección Financiera	Lugar y Fecha de Presentación
	MUNICIPALIDAD MILAGRO DIRECCION FINANCIERA FIRMA AUTORIZADA	Milagro,

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO

Nº 0005612



MUNICIPIO DE MILAGRO

Milagro, _____ del 200_____

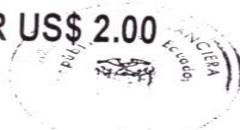
La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a _____

Clasificado como de _____ Categoría De Propiedad _____ situado en _____

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo percibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200_____

VALOR US\$ 2.00



MUNICIPALIDAD MILAGRO
DIRECCION FINANCIERA
FIRMA AUTORIZADA
Director Financiero Municipal

ANEXO 3: PERMISO DE DIRECCIÓN DE HIGIENE MUNICIPAL



CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO
RUC. 0968513910001

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCION CONTRA INCENDIOS
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
TASA POR SERVICIO DE PREVENCION DE INCENDIOS

No. : TASA : \$
FECHA: : TITULO : \$
AÑO : : RECARGO : \$
RUC : : TOTAL : \$
NOMBRES: :
DIRECCION: : CATEGORIA: PRIMERA
ACTIVIDAD: :

Este despacho en atencion a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, asi como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCION DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuerde requerido.

Abnegacion y Disciplina

JEFE DE PREVENCION

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

Tesoreria
Bomberos de Milagro
19 MAR. 2004
EJECUTIVO

19/03/2004 02:10:37 PM



ANEXO 4:PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MSP

	MINISTERIO DE SALUD PUBLICA DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS DPTO. EMISION DE PERMISOS	
Guayaquil, a 30 de Marzo	de 2004	PERMISO : 6591
La Dirección Provincial de Salud del Guayas de conformidad con el decreto ejecutivo No 811 Oficial N. 173 del 20 de Abril/99 y reformado decreto #814 RO#178 del 5 Oct/2000, concede		
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO POR EL AÑO 2004		
Nombre o Razón Social :		
Tipo :		
Propietario :		Código... :
Dirección :		Categoría:
Parroquia :		Cantón :
Localidad :		R.U.C. :
No. Cedula:		Cód.Int. :
Tasa :	Dolares 	Comprob. 6591
Area # :		
 Dr. Jaime Romero Toussing Director Provincial de Salud del Guayas		
DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS		
Nota... Este Permiso debera ser colocado en un lugar visible para procesos de control		

ANEXO 5: AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

Fundada el 10 de Septiembre de 1932
 García Moreno y Chile (esquina) Telefax: 2-970161
 R. U. C. 0992161809001
 MILAGRO - ECUADOR

Recibo Oficial de Caja

Nº 0235

Fecha: _____

Recibí de: _____

CONCEPTO			VALOR
CUOTAS ORDINARIAS			
CUOTAS EXTRAORDINARIAS			
CHEQUE NO.	BANCO	CTA. CTE.	VALOR
TOTAL \$.			

NOTA: Este recibo firmado por el Agente autorizado, es el único documento que acredita la cancelación de cuotas.



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

JOHNSON E. MENDOZA ALMEIDA

(F) Recaudador

(F) Afiliado

ANEXO 6: DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	890.00	10%	7.42	89.00
EQUIPO DE COMPUTACION	1,600.00	33%	44.00	528.00
VEHICULO	25,000.00	20%	416.67	5,000.00
EDIFICIO	25,000.00	5%	104.17	1,250.00
EQUIPO DE OFICINA	2,310.00	10%	19.25	231.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1,706.00	10%	14.22	170.60
TOTAL	56,506.00		605.72	7,268.60

ANEXO 7: INDICES FINANCIEROS

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-76,276.00	81,449.88	61,108.04	63,465.85	65,965.72	68,423.35

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	11.00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	340,412.85
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	76,276.00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	89.26%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		253,440.20
VAN	POSITIVO	177,164.20
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1.43
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	43.05
TASA INTERNA DE RETORNO		90.83%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	135000.00
COSTO DIRECTO	8,000.00
COSTO INDIRECTO	52818.72
FLUJO NETO	64528.80
PAGO DE DIVIDENDOS	10255.20
GASTOS FINANCIEROS	6665.88
GASTOS PERSONAL	35150.12
ACTIVOS FIJOS NETOS	49,237.40

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	56145.88
EN PORCENTAJE	41.59%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	49211.13
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	7.29
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	30.97%
INDICE DE EMPLEO		0.71

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	84,298.80
ACTIVOS TOTALES	133,536.20
UTILIDAD NETA	43,041.07

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0.3687	36.87%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0.3223	32.23%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	340,412.85
GASTOS FINANCIEROS	19,997.64
INVERSION INICIAL	76,276.00
UTILIDAD NETA	252,072.68
VALOR DEL CREDITO	51,276.00
VENTAS	745,960.22
COSTO DE VENTA	330,554.46
TOTAL DEL ACTIVO	21,219.00

DETECTOR DE PLAGIO

The screenshot shows a web browser window with the URL www.dustball.com/cs/plagiarism.checker/. A yellow error bar at the top reads: "Se ha producido un error de traducción debido a un problema con el servidor. Volver a intentarlo". The main content area features a magnifying glass icon and the title "The Plagiarism Checker". Below this, it states: "The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:". A table with two columns, "Text being analyzed" and "Result", lists seven text segments, all with a result of "OK".

Text being analyzed	Result
vista del desconocimiento de variedad existe un mayor desaprovecha...	OK
Estudio de factibilidad para la Creación de un vivero productivo	OK
Realizar una investigación sobre la escasa variedad de plantas orna...	OK
desaprovechamiento del mercado y el poco desarrollo empresarial h...	OK
Milagro – Roberto Astudillo para satisfacer las expectativas del cliente	OK
¿Cómo afecta la escasa variedad de plantas ornamentales en el	OK
forma incide el desconocimiento de las variedades de plantas ornam...	OK
Determinar en qué forma incide el desconocimiento de las variedades	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

This screenshot is similar to the first one but includes a "NEW!" banner at the top: "Upgraded and more accurate plagiarism detection. Learn more." The table of analyzed text segments is longer, listing ten items, all with a result of "OK".

Text being analyzed	Result
procedimientos estadísticos deben mostrarse, en forma organizada, ...	OK
herramientas excelentes de la visualización del progreso del trabajo en	OK
Según su objetivo gnoseológico la investigación es explicativa porque...	OK
Según su orientación temporal la investigación es longitudinal debido a	OK
Finalmente los resultados son comparados con las hipótesis plantead...	OK
HISTORICO- LOGICO: se utilizó este método para desarrollar los ant...	OK
Ciudad de Milagro cuenta conun número significativo de habitantes de	OK
-Estas técnicas están relacionadas con la experiencia práctica, por lo	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

Poco espacio en disco
Espacio en disco insuficiente en RECOVERY (D:).
Haga clic aquí para ver si puede liberar espacio en esta unidad.

The Plagiarism Checker

www.dustball.com/cs/plagiarism.checker/

Esta página está escrita en **inglés** ¿Quieres traducirla? Traducir No Traducir siempre el inglés Configuración

NEW! Upgraded and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
expectativas de crecimiento para el proyecto son altamente satisfacto...	OK
Limitado direccionamiento de dinero hacia la publicidad Crear una es...	OK
VerafflowersFarms es una empresa Ecuatoriana productora, comerci...	OK
vista del desconocimiento de variedad existe un mayor desaprovecha...	OK
Disponibilidad Independiente El concepto de disponibilidad trasciend...	OK
desaprovechamiento del mercado y el poco desarrollo empresarial h...	OK
Milagro - Parroquia Roberto Astudillo, del cual nos responsabilizamo...	OK
Solicite inspecciones de establecimiento comercial(valor especie val...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

Help Bubble

ES 19:27 24/04/2013

El Checker plagio

www.dustball.com/cs/plagiarism.checker/

Esta página se ha traducido del **inglés** al **español** . Mostrar original Configuración

¡NUEVO! [mejorada detección de plagio y más precisa](#) [Leer más](#)

The Plagiarism Checker

El detector de plagio ha analizado los siguientes segmentos de texto, y no encontró ningún caso de plagio:

El texto que se está analizando	Resultado
Expectativas de Crecimiento Para El Proyecto hijo Altamente satisfac...	Bueno
Limitado direccionamiento de Dinero Hacia la publicidad Crear Una ...	Bueno
VerafflowersFarms es Una Empresa Ecuatoriana Productora, Comerc...	Bueno
vista del desconocimiento de Variedad EXISTE UN alcalde desaprov...	Bueno
Disponibilidad Se Independiente El Concepto de disponibilidad Se Tr...	Bueno
desaprovechamiento del Mercado y el Desarrollo Empresarial Poco ...	Bueno
Milagro - Parroquia Roberto Astudillo, del Cual nos responsabilizamo...	Bueno
Solicite Inspecciones De Establecimiento comercial (especie valor va...	Bueno

Resultados : No se sospecha de plagio

[Retroceder](#)

Ayuda Burbuja

ES 19:29 24/04/2013

