



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE DISEÑO Y MANTENIMIENTO DE JARDINES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SECTOR VALLE DE LOS CHILLOS PARROQUIA CONOCOTO PERIODO 2017

**Proyecto de grado previo a la obtención del título de tecnólogo en  
Administración bancaria y financiera**

Autor: Manuel Fajardo

Tutor: Ing Jacqueline Torres

Quito, Octubre



### ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **FAJARDO VEGA MANUEL CESAR** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE DISEÑO Y MANTENIMIENTO DE JARDINES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SECTOR VALLE DE LOS CHILLOS PARROQUIA CONOCOTO PERIODO 2017**. Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. Jacqueline Torres  
Tutor del Proyecto

Ing. Galo Cisneros  
Coordinador de la Unidad de Titulación



Ing. Daisy Romo  
Lector del Proyecto



DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Bancaria y Producción

Ing. Fernando Buitrón  
Director de Escuela

## DECLARATORIA

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



Manuel Fajardo

CC: 1725081598

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Manuel Fajardo portador de la cedula de ciudadanía signada con el N° 1725081598 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “ En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, Institutos Superiores Técnicos, Tecnológicos, Pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicara a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, Otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE DISEÑO Y MANTENIMIENTO DE JARDINES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SECTOR VALLE DE LOS CHILLOS PARROQUIA CONOCOTO PERIODO 2017

.” Con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera

FIRMA

  
-----

NOMBRE

Manuel Cesar Fajardo Vega

CEDULA

CC 1500373855

Quito, a los 13 días del mes de septiembre 2017

---

## AGRADECIMIENTO

A DIOS, por brindarme la fortaleza necesaria para culminar esta etapa de mi vida y por todos los aciertos y desaciertos que me han enseñado a valorarlos día a día, al INSTITUTO TECNÓLOGICO SUPERIOR CORDILLERA por haberme aceptado ser parte de él y abierto las puertas de sus aulas para poder estudiar mi carrera, y la oportunidad de conocer a diferentes docentes que con sus conocimientos he logrado llegar a este punto, así como a mi tutora quien supo guiarme en este proceso importante, a mis padres por haberme brindado la oportunidad de estudiar, su apoyo incondicional; finalmente a mis amigos que durante todos los niveles quienes me han ofrecido su amistad en todo momento.

## DEDICATORIA

A mis padres, que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento, las personas más importante en mi vida. Gracias por todo papá y mamá por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor.

A mi hermana, aunque ya no goce de su presencia ha inculcado en mí valores y principios, que han sido la pauta y orientación para encaminar mi mundo.

## INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	iii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
INDICE GENERAL.....	vii
INDICE DE TABLAS .....	xii
INDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
1.01 Introducción .....	1
1.02 Justificación.....	3
1.03 Antecedentes .....	5
CAPÍTULO II .....	7
2. Análisis Situacional.....	7
2.01 Ambiente Externo .....	7
2.01.01 Factor Económico .....	8
2.01.01.01 PIB (Producto Interno Bruto).....	8
2.01.01.02 Inflación .....	9
2.01.01.03 Tasa de Interés.....	10
2.01.01.04 Balanza Comercial. ....	12
2.01.02 Factor Social.....	13
2.01.02.01 Población Económicamente Activa .....	14
2.01.03 Factor Legal .....	16

---

2.01.03.01 Municipio .....	16
2.01.03.02 Requisitos para la Constitución de una Microempresa .....	17
2.01.03.03 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social .....	18
2.01.03.04 Permisos de Funcionamiento de Locales Comerciales. Uso de Suelo.....	19
2.01.03.05 Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos .....	20
2.02. Entorno Local.....	20
2.02.01. Clientes.....	20
2.02.02. Proveedores .....	21
2.02.03. Competidores .....	22
2.02.03.01 Competencia directa.....	23
2.02.03.02 Competencia indirecta.....	23
2.03 Análisis FODA.....	24
2.04. Propuesta Estratégica .....	27
2.04.01. Misión .....	27
2.04.02. Visión .....	28
2.04.03. Objetivos .....	28
2.04.03.01 Objetivo General .....	29
2.04.03.02 Objetivos Específicos.....	29
2.04.05 Gestión Administrativa .....	29
2.04.05.01 Planificación.....	30
2.04.05.02 Organización .....	30
2.04.05.03 Perfil de Cargos.....	31
2.03.04 Gestión Comercial.....	34
2.03.04.01 Producto .....	34
2.03.04.02 Precio .....	36
2.03.04.03. Plaza .....	37

---

2.03.04.04. Promoción .....	38
2.03.04.04. Publicidad.....	39
CAPÍTULO III.....	43
3. Estudio Mercado .....	43
3.01 Análisis Situacional.....	43
3.01.01 Determinación de Población y Muestra .....	45
3.01.01.01 Población.....	45
3.01.01.02 Tamaño del Universo .....	45
3.01.01.03 Muestra.....	46
3.01.01.04 Formulación de la muestra .....	46
3.01.02 Técnicas de la obtención de la información.....	47
3.01.02.01 Modelo de Encuesta .....	49
3.01.03 Análisis de la Información .....	51
3.03 Oferta.....	61
3.03.01 Oferta Actual.....	61
3.03.02 Oferta Proyectada.....	61
3.04 Demanda .....	62
3.04.01 Demanda Actual.....	62
3.04.02 Demanda Proyectada.....	63
CAPÍTULO IV.....	65
4. Estudio Técnico.....	65
4.01 Tamaño del proyecto.....	65
4.01.01 Capacidad Instalada .....	66
4.01.02 Capacidad Óptima.....	66
4.02 Localización .....	67
4.02.01 Macro – localización .....	67

---

---

4.02.02 Micro – localización.....	69
4.02.03 Localización Óptima .....	69
4.03 Ingeniería de Producto .....	70
4.03.01 Definición del Producto o Servicio .....	70
4.03.02 Distribución de la Planta .....	71
CAPÍTULO V .....	84
5. Estudio Financiero .....	84
5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales.....	85
5.01.01 Ingresos Operacionales .....	85
5.01.02 Ingresos No operacionales .....	86
5.02 Costos.....	86
5.02.01 Costos Directos .....	86
5.02.02 Costos Indirectos.....	87
5.02.03 Gastos Administrativos .....	87
5.02.04 Gasto de Venta .....	88
5.02.05 Gastos Financieros .....	89
5.02.06 Costos Fijos y Variables .....	89
5.03 Inversiones del Proyecto .....	89
5.03.01 Inversión Fija .....	89
5.03.01.01 Activos Fijos .....	90
5.03.01.02 Activos Nominales .....	90
5.03.02 Capital de Trabajo .....	90
5.03.03 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	91
5.03.04 Amortización de Financiamiento .....	93
5.03.05 Depreciaciones .....	94
5.03.06 Estado de Situación Inicial.....	95

---

5.02.07 Estado de Resultados.....	96
5.02.08 Flujo de Caja .....	96
5.03 Evaluación Financiera.....	97
5.03.01 Tasa de descuento .....	97
5.03.02 VAN.....	97
5.03.03 TIR .....	99
5.03.04 PRI .....	99
5.03.06 Punto de Equilibrio .....	101
5.03.09 Análisis de Índices Financieros.....	102
5.03.09.01 Rendimientos sobre activos ROA .....	102
5.03.09.02 Rendimientos sobre Patrimonio o Capital (ROE).....	103
CAPÍTULO VI.....	104
6.01 Impacto Ambiental.....	104
6.02 Impacto Económico .....	105
6.04 Impacto Social.....	105
CAPÍTULO VII .....	106
7.01 Conclusiones .....	106
7.02 Recomendaciones.....	107
Bibliografía .....	109

---

**INDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Inflación .....	10
Tabla 2 Tasa Activa .....	11
Tabla 3 Tasa Pasiva.....	12
Tabla 4 Clientes.....	21
Tabla 5 Proveedores .....	22
Tabla 6 Análisis FODA.....	24
Tabla 7 Parámetros de Ponderación.....	25
Tabla 8 Indicadores Oportunidades y Amenazas.....	25
Tabla 9 Indicadores Fortalezas y Debilidades .....	26
Tabla 10 Perfil de Cargo 1 .....	32
Tabla 11 Perfil de cargo 2 .....	33
Tabla 12 Gestión Comercial.....	34
Tabla 13 Precio 1 .....	37
Tabla 14 Universo .....	45
Tabla 15 Pregunta 1 .....	51
Tabla 16 Pregunta 2 .....	52
Tabla 17 Pregunta 3 .....	53
Tabla 18 Pregunta 4 .....	54
Tabla 19 Pregunta 5 .....	55
Tabla 20 Pregunta 6 .....	56
Tabla 21 Pregunta 7 .....	57
Tabla 22 Pregunta 8 .....	58
Tabla 23 Pregunta 9 .....	59
Tabla 24 Pregunta 10 .....	60
Tabla 25 Demanda Proyectada.....	63
Tabla 26 Demanda Insatisfecha .....	64
Tabla 27 Capacidad instalada .....	66
Tabla 28 Capacidad Optima.....	67
Tabla 29 Macro Localización.....	68
Tabla 30 Método Cualitativo Por Puntos .....	69
Tabla 31 Códigos de cercanía 1 .....	71

---

Tabla 32 Razón de cercanía 1 .....	72
Tabla 33 Maquinaria y Equipo.....	78
Tabla 34 muebles y encerres .....	82
Tabla 35 Equipo de Oficina .....	82
Tabla 36 Equipo de Computación.....	82
Tabla 37 Materiales.....	83
Tabla 38 Tiempo de Servicios de Mantenimiento .....	85
Tabla 39 Costos Directos .....	86
Tabla 40 Costos Indirectos.....	87
Tabla 41 Gastos Administrativos .....	88
Tabla 42 Gasto de Venta.....	88
Tabla 43 Capital de Trabajo.....	91
Tabla 44 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	92
Tabla 45 Amortización de Financiamiento .....	93
Tabla 46 Depreciaciones .....	94
Tabla 47 Estado de Situación Inicial.....	95
Tabla 48 Estado de Resultados .....	96
Tabla 49 Tasa de descuento .....	97
Tabla 50 PRI .....	100

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 PIB (Producto Interno Bruto) .....	9
Figura 2 Balanza Comercial.....	13
Figura 3 Población Económicamente Activa.....	14
Figura 4 recimiento poblacional del Valle de Los Chillos.....	15
Figura 5 Diseño jardín vertical 1.....	35
Figura 6 jardines exteriores.....	36
Figura 7 Plaza.....	38
Figura 8 Logo 1.....	39
Figura 9 Página web.....	41
Figura 10 Camisetas.....	41
Figura 11 Gorros .....	42
Figura 12 Pregunta 1.....	51
Figura 13 Pregunta 2.....	52
Figura 14 Pregunta 3.....	53
Figura 15 Pregunta 4.....	54
Figura 16 Pregunta 5.....	55
Figura 17 Pregunta 6.....	56
Figura 18 Pregunta 7.....	57
Figura 19 Pregunta 8.....	58
Figura 20 Pregunta 9.....	59
Figura 21 Pregunta 10.....	60
Figura 22 Micro Localización.....	69
Figura 23 Matriz SLP.....	72
Figura 24 Distribución del Plano .....	73
Figura 25 Atención la cliente y ventas Fuente: Investigación de campo.....	73
Figura 26 Departamento Administrativo .....	74
Figura 27 Bodega y taller de Mantenimiento.....	74
Figura 28 Baños .....	75
Figura 29 Proceso Productivo .....	76
Figura 30 Proceso Productivo 2.....	77
Figura 31 Maquina de Cortar Césped .....	79

---

Figura 32 Moto Guadaña .....	79
Figura 33 Carretilla .....	80
Figura 34 Rastrillos .....	80
Figura 35 Palas Jardineras.....	80
Figura 36 tijeras de jardinería .....	81
Figura 37 Escalera Jardinera .....	81
Figura 38 Punto de Equilibrio .....	101

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto radica en realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de servicios de diseño y mantenimiento de jardinería en el Valle de los Chillos Parroquia Conocoto, demostrando la viabilidad de ejecución del mismo.

Se inicia con el análisis situacional que comprende los factores externos e internos que tendrán un impacto en la implementación y desarrollo del proyecto. Análisis externo en el cual se describe factor económico, legal, social y tecnológico, además el entorno local incluyendo a los competidores y posibles clientes.

El análisis interno comprende la estructura organizacional, ubicación macro y micro localización; capacidad, distribución física y los recursos necesarios para la operación; cabe recalcar que previamente se realizó un estudio de mercado en el cual se detalla datos históricos y actuales a base de la demanda y oferta.

Se ejecutará una valoración financiera determinando costos y gastos de la operación del proyecto, además para concluir el proyecto se efectúa la evaluación financiera que consiste en aplicar una serie de indicadores financieros como: VAN, TIR, ROA, ROE, ROI entre otros. Fue esencial realizar proyecciones del estado de resultados, flujos de caja ya que permite ver la evolución y desarrollo que tendrá a futuro.

Después de realizar un análisis completo se culmina el proyecto presentando conclusiones y recomendaciones que serán útiles en la implementación del mismo.

## ABSTRACT

The present project is to carry out a feasibility study for the implementation of a microenterprise of services of design and maintenance of gardening in the Valley of Chillos Parish Conocoto, demonstrating the feasibility of execution of the same.

It begins with the situational analysis that includes the external and internal factors that will have an impact on the implementation and development of the project.

External analysis in which economic, legal, social and technological factor is described, besides the local environment including the competitors and possible clients.

The internal analysis includes the organizational structure, macro location and micro location; capacity, physical distribution and resources required for the operation; it should be noted that a market study was carried out in which historical and current data are analyzed based on demand and supply.

A financial valuation will be carried out, determining the costs and expenses of the project operation. In addition, the financial evaluation of the project will be carried out by a series of financial indicators such as: NPV, IRR, ROA, ROE, ROI and others. It was essential to make projections of the income statement, cash flows since it allows to see the evolution and development that will have in the future.

After completing a complete analysis, the project concludes with conclusions and recommendations that will be useful in its implementatio



## CAPÍTULO I

### 1.01 Introducción

La jardinería precisa del diseño y la técnica para resaltar completa. La ejecución de obras monótonas y sin arte, o la redacción de bellos proyectos sin profesionales adecuados para ejecutar las obras dejan a éstas incompletas.

Aunque en su ejecución se dan cita el diseñador y el jardinero, el delinear un jardín es una tarea indivisible, y su éxito obliga a integrar todos los elementos necesarios. Es preciso combinar los elementos arquitectónicos estáticos con el dinamismo de la estructura viva del jardín, compuesta por árboles, arbustos, borduras, plantas herbáceas, césped, etc. Hay que tener en cuenta asimismo la armonía de formas, colores y texturas, considerando la variación de estos aspectos a través de las estaciones. Por muy grande o muy pequeño que sea el jardín, no hay razón para que no sea original o carezca de atractivo. El principal motivo para plantear este tema es que existe un buen número de propiedades en la ciudad de Quito valles de los chillos parroquia conocoto las cuales cuentan con áreas verdes, una oportunidad para ofrecer los servicios de la nueva empresa. La propuesta de llevar a cabo un estudio de factibilidad es con la finalidad de saber cuan rentable

resultaría la creación de una empresa de este tipo y la aceptación que tendría el servicio dentro del mercado. El estudio de factibilidad permitirá identificar las necesidades de los futuros clientes, de tal forma que el servicio se muestre flexible y pueda optimizar los espacios de terreno o área a ser trabajada, al igual que los tiempos en cada trabajo a realizar y sobre todo los recursos con los que se cuenta para ofrecer un proyecto de calidad. El Proyecto, se constituye en el centro de una estrategia de mejoramiento continuo para la microempresa, puesto que se tiene que planificar, organizar, dirigir y controlar el éxito de la microempresa en todas sus unidades.

El paisajismo es el arte de diseñar jardines y parques, también puede definirse al paisajismo como el proceso racional por el cual el hombre utiliza la naturaleza como herramienta para expresarse al mismo tiempo de obtener otros beneficios. Se trata de un concepto que engloba en pequeñas proporciones partes de múltiples disciplinas tales como agronomía, arquitectura, sociología, ecología, arte, etc., para de esta manera tratar los espacios teniendo en cuenta tanto el volumen de este como el factor clima, ya que se trabaja con seres vivos y estos tienen procesos. El Paisajismo es una manifestación artística que permite poner en juego todos los sentidos, y hace reaccionar ante perfumes, humedad, colores, texturas y sonidos. Es por eso que cuando se transita por lo que se denomina un buen parque, lo que queda en la memoria son las sensaciones que se percibe más que sus formas o su estructura. El paisaje está tan arraigado que forma parte de la historia y de la cultura de la sociedad. La necesidad de las personas de volcarse a esta tendencia del paisajismo es cada vez mayor, ya sea por controlar la contaminación, como efecto desestresante en

contraste con las grises y aceleradas urbes, o bien para tratar de conservar la belleza y la diversidad existentes en los diferentes espacios. Ya no se trata solo de contemplar, sino también de experimentar y vivir en forma sana y equilibrada. Planificación, creatividad, organización, imaginación; son los medios por los que se manifiesta el paisajismo. Cuando se hace paisajismo se utiliza todos los objetos naturales, estamos, creando nuevas tendencias de ambientar espacios, usando los componentes de la naturaleza y logrando diversos aspectos decorativos. Los componentes a los cuales se hace referencia son: antrópicos (distribución de suelo y su uso), abióticos (relieve, condiciones atmosféricas, rocas constructivas, agua, viento, hielo) y componentes bióticos (vegetación: plantas, pastizal, montes y alamedas). La unión armónica de estos elementos conduce a obtener un concepto de paisajismo, se armoniza los ambientes acoplándolos con la naturaleza, costumbres culturales y gustos de cada persona; establece una relación entre el ecosistema y el hombre cuya finalidad es fomentar el mejoramiento y la calidad de vida.

### **1.02 Justificación**

El presente proyecto tiene por objetivo contribuir con el desarrollo socio-económico del Valle de los Chillos, a través de la creación de una microempresa la cual brinde servicios de diseño y mantenimiento de jardines, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los habitantes y también contribuir con el medio ambiente.

Este proyecto analizará el mercado local en el sector; servicios de jardinería, examinando la competencia para determinar la viabilidad técnica comercial y financiera. Logrando así obtener una perspectiva bastante amplia que con llevará a formar una organización líder, ofreciendo un servicio de la más alta calidad en el mercado, satisfaciendo las más altas expectativas de los clientes, a través de acciones de calidad, innovación, eficiencia, rentabilidad y servicio.

Actualmente ha cambiado notablemente la perspectiva de las personas, debido a ciertos factores como la contaminación, el ruido y la intranquilidad de la ciudad; gracias a esto, están optando por construir sus viviendas en lugares apartados de la urbe, posesionándose especialmente en sitios que contengan espacios verdes y que los rodee un entorno natural.

Con la creación de la microempresa de servicios de diseño y mantenimiento de jardines se logrará una ejecución adecuada de los procesos de jardinería mejorando el desempeño laboral. Permitiendo establecer un ambiente confiable de trabajo y una buena utilización de los recursos disponibles. También contribuirá al desarrollo socio-económico de la ciudad ya que se crearán nuevas fuentes de empleo y se favorecerá directamente al cuidado ,como además a la preservación del medio ambiente; encaminados siempre al cumplimiento de objetivos y metas planificadas por la gerencia, beneficiando directamente tanto a la comunidad como a los funcionarios de esta microempresa.

### 1.03 Antecedentes

La jardinería trae consigo aspectos culturales e históricos debido a que se la considera como un arte absolutamente esencial en la mayor parte de las culturas. Se conocen infinidad de evoluciones diferentes por todos los continentes e incluso por países; también es de conocimiento para muchas personas que el cultivo de plantas es esencial para la alimentación y se remonta milenios atrás en la historia.

Las primeras evidencias de jardines ornamentales se encuentran en las pinturas de las tumbas egipcias del año 1500 a. C. En la actualidad la jardinería puede desarrollarse en espacios abiertos o cerrados, ya sea por cuestiones estéticas como es el caso de plantas y flores ornamentales, o por motivos de alimentación con el cultivo de hortalizas y verduras; de igual manera la jardinería está asociada generalmente al cuidado de un jardín y no sólo a su creación.

Por esta razón es importante tomar en cuenta aspectos como la biodiversidad, el diseño, la creatividad, el costo por su mantenimiento, el tratamiento de residuos y la preservación del medio ambiente.

En la actualidad la sociedad enfrenta a una gran cantidad de cambios y tendencias, estos cambios incluye la necesidad de responder a las amenazas y oportunidades de la economía como también la necesidad de crecer, la reducción de costos y finalmente la entera satisfacción del cliente.

Se ha constatado que es indispensable realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de diseño y mantenimiento de jardines, debido a que el consumidor desea un cuidado minucioso para su jardín, además, una amplia experiencia y dedicación, que sólo un especialista le puede brindar, con las mejores técnicas brindando además un asesoramiento personalizado para lograr los resultados esperados.

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis Situacional

El análisis situacional se puede identificar interno y externo que permite saber el estado real de la empresa para realizar un análisis foda para determinar aspectos como fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

En la actualidad vivimos en una economía con muchos cambios desequilibrados, con sus altos y bajos que todo se complica al momento de analizar el mercado, y así poder atender las necesidades de los clientes como: mantener el stock de productos, conservar precios e infinidad de situaciones que ayuden a conservar nuestros productos y/o servicios en el mercado. (Menes, 2016)

#### 2.01 Ambiente Externo

Esta conformado por varias fuerzas y condiciones que existen fuera de la organización y que influyen en su desempeño.

El análisis externo consiste en la identificación de variables nacionales como sectoriales con un impacto directo e indirecto en la empresa y sobre las cuales la empresa no tiene ningún control, ni capacidad para modificar su comportamiento.

(Griffin, 2011)

### **2.01.01 Factor Económico**

El factor económico es la dimensión económica del entorno de una organización es de vital importancia para el sistema económico en el que opera la organización.

Los cambios económicos pueden generar oportunidades o amenazas para los administradores; cuando la economía pasa por un buen momento, las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios, para disponer de recursos que les permitan crecer o expandirse. (Griffin, 2011)

#### **2.01.01.01 PIB (Producto Interno Bruto)**

El PIB sirve para medir el desarrollo y la competitividad de las empresas, a qué ritmo está creciendo la producción en determinados sectores al conocer esta determinante podremos ver la evolución y como aportará la empresa al PIB, también conocer como ser más competitivos ante la demás organizaciones.

Es un indicador económico utilizado para medir la producción en un país dado. Se define como el valor total de la producción de riqueza (valor de los bienes y servicios producidos, destruidos o transformados durante el proceso de producción) en un determinado país y año por los agentes económicos que residen dentro del territorio nacional. (Ecuador, 2016)

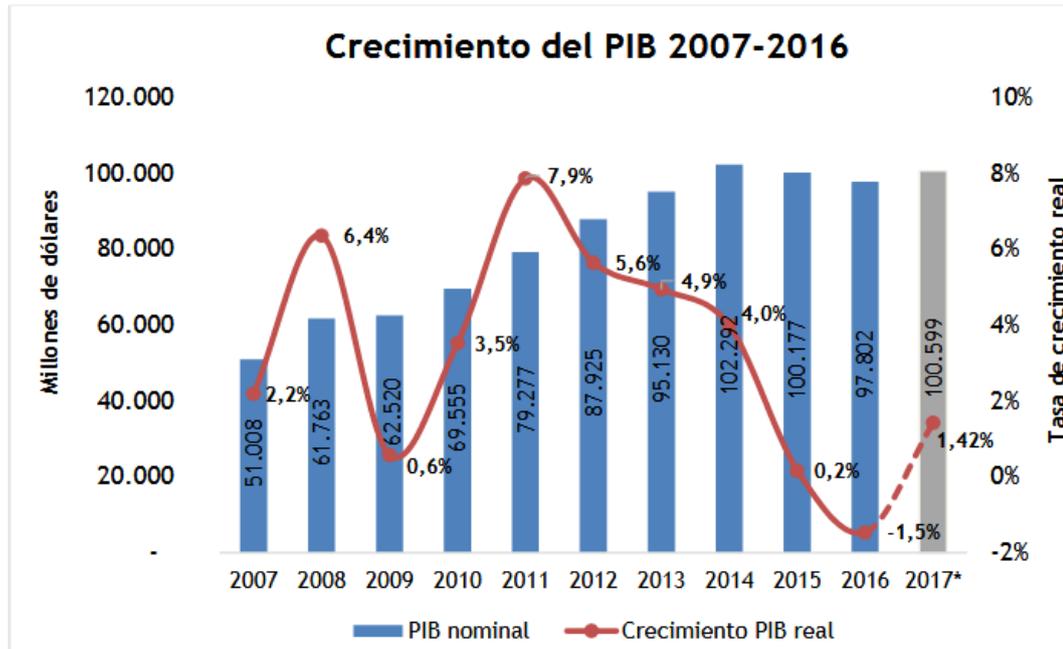


Figura 1 PIB (Producto Interno Bruto)  
Elaborado Por. Manuel Fajardo  
Fuente: Investigación Propia

**Nota:** El producto interno bruto es negativa en la actualidad, porque, mantiene una disminución desde el primer trimestre del 2015 hasta el primer trimestre del 2016; desde este punto hasta finalizar el 2016 ha ido variando a comparación de los demás trimestres correspondientes, y desde el 2016 en adelante ha ido disminuyendo con el transcurso del tiempo, resultando una amenaza para el proyecto con el cual se apoya al cambio de la matriz productiva y la integración social con el fin de fomentar fuentes de empleo.

### 2.01.01.02 Inflación

Comprende como el proceso de actividad económica que ocurre por el incremento persistente y generalizado del nivel de precio por efecto de la disminución del poder adquisitivo de la moneda de curso legal.

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país. Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una canasta de bienes ponderada. (Ecuador, 2016)

Tabla 1 Inflación

FECHA	VALOR
Julio-31-2017	0.10 %
Junio-30-2017	0.16 %
Mayo-31-2017	1.10 %
Abril-30-2017	1.09 %
Marzo-31-2017	0.96 %
Febrero-28-2017	0.96 %
Enero-31-2017	0.90 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	1.05 %
Octubre-31-2016	1.31 %
Septiembre-30-2016	1.30 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %

Elaborado Por. Manuel Fajardo

Fuente: BCE

### **Análisis:**

La inflación es un índice macroeconómico que está en un constante cambio de año en año; observando desde junio del 2016 que era del 1,59% a julio del 2017 que fue de 0,10%, se puede decir; que habido una disminución de la inflación en ese año, siendo esto beneficioso para el proyecto; ya que no se tendrá que subir los precios del servicio de jardinería convirtiendose esto en una oportunidad.

### **2.01.01.03 Tasa de Interés**

En otras palabras la tasa de interés es un monto de dinero que normalmente corresponde a un porcentaje en el mercado financiero que se esté ejecutando en un lugar y tiempo determinado por una persona. Al igual que el precio

de cualquier otro producto cuando hay más dinero la tasa baja y cuando existe escases sube.

“Es un porcentaje que se traduce en un monto de dinero, mediante el cual se paga por el uso del dinero.” (Wicksell, 2010)

### 2.01.01.03.01 Tasa Activa

La tasa activa es la tasa cobrada por los bancos al conceder préstamos a sus clientes. Esta tasa se determina en el momento de contratación dependiendo de varios factores: características del préstamo, garantía, plazo, entre otros.

Tabla 2 Tasa Activa

FECHA	VALOR
Agosto-31-2017	7.58 %
Julio-31-2017	8.15 %
Junio-30-2017	7.72 %
Mayo-31-2017	7.37 %
Abril-30-2017	8.13 %
Marzo-31-2017	8.14 %
Febrero-28-2017	8.25 %
Enero-31-2017	8.02 %
Diciembre-31-2016	8.10 %
Noviembre-30-2016	8.38 %

Elaborado Por. Manuel Fajardo

Fuente: BCE

### Análisis:

Prestar atención a la figura de la tasa activa; se puede observar que desde diciembre del 2016 con un porcentaje de 8,10% a agosto del 2017 con un porcentaje de 7.58% ha existido una variación en este período, por lo que se puede observar que incrementa y disminuye considerando inestable la economía del proyecto; y a partir de abril del 2017 a junio del 2017 la tasa activa se ha disminuido considerablemente, siendo esto un oportunidad en caso de adquirir préstamos bancarios.

### 2.01.01.03.02 Tasa Pasiva

La tasa pasiva es la tasa a la que se remuneran a los depositantes de fondos por prestar su dinero a los bancos y al igual que en la tasa activa depende de varios factores como: tipo de depósito, monto, plazo.

Tabla 3 Tasa Pasiva

FECHA	VALOR
Agosto-31-2017	4.96 %
Julio-31-2017	4.84 %
Junio-30-2017	4.80 %
Mayo-31-2017	4.82 %
Abril-30-2017	4.81 %
Marzo-31-2017	4.89 %
Febrero-28-2017	5.07 %
Enero-31-2017	5.08 %
Diciembre-31-2016	5.12 %
Noviembre-30-2016	5.51 %

Elaborado Por. Manuel Fajardo

Fuente: BCE

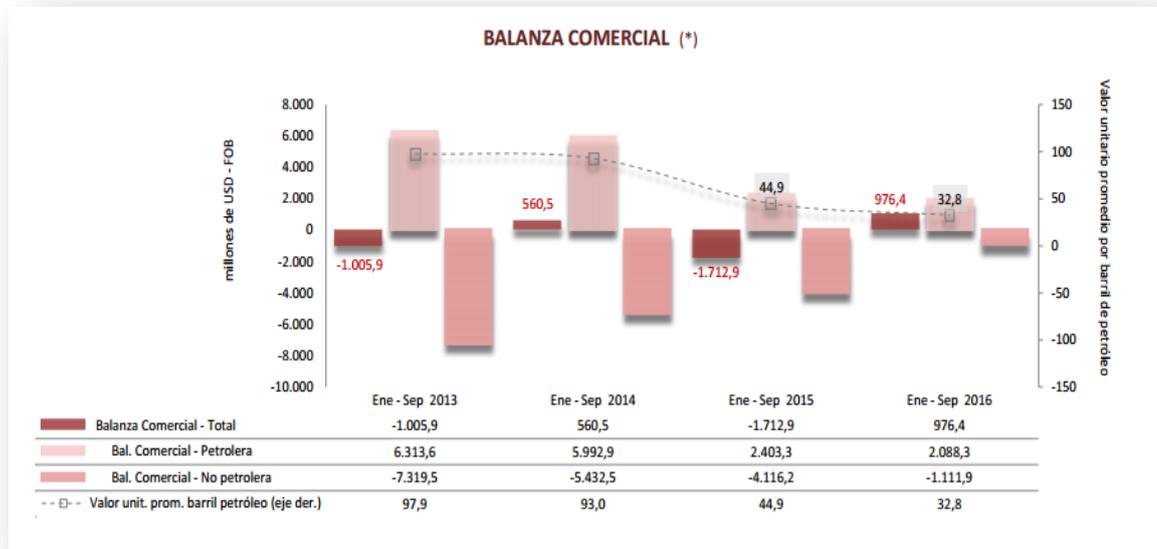
#### Análisis:

La tasa pasiva en el Ecuador cada mes va disminuyendo. Como se puede observar desde diciembre del 2016 con 5,51% hasta llegar a mayo del 2017 con un 4.82%. Esto quiere decir, que no es provechoso para el depositante ya que se disminuyo; esto nos perjudica al no tener mejor cobro por parte del banco, siento esto una amenaza.

### 2.01.01.04 Balanza Comercial.

La balanza comercial sirve para identificar si el país esta vendiendo mas a otros países o estamos comprando mas a otros países.

La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma, es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es decir es la diferencia entre los bienes que un país vende al exterior y los que compra a otros países. (Ecuador, 2016)



Elaborado Por. Manuel Fajardo  
Figura 2 Balanza Comercial.  
Fuente: BCE

### Análisis:

Se puede decir, a base del cuadro que hay un aumento en importaciones, ya que esto es favorable para el proyecto. Siendo una fortaleza, por lo cual, se podrá comprar indumentarias y herramientas extranjeras de mejor calidad y precio.

### 2.01.02 Factor Social

Conforme (Romero, 2004) menciona: "El factor social está relacionado directamente con la variable del ingreso de los individuos, las variables que se refieren a la clase social diferente de país en país." (pàg. 163)

Es decir, el factor social son aquellas cosas, ingresos o elementos reales que influyen directamente a los seres humanos, de una determinada sociedad. Un factor social que se encuentra expuesto la sociedad en la actualidad es la pobreza y una de las razones principales es el desempleo.

### 2.01.02.01 Población Económicamente Activa

En el mes de marzo 2017, la población en edad de trabajar (PET) a nivel nacional es de 11,2 millones de personas, en el área urbana es de 7,75 millones de personas (69% de la PET total) y en el área rural de 3,45 millones de personas (el restante 31%). La población económicamente activa (PEA) a nivel nacional fue de 7,4 millones de personas; en el área urbana es de 4,9 millones de personas (66% de la PEA total) y en el área rural fue de 2,5 millones de personas (el 34% restante). (Moncayo, 2017)

o 1. PET y PEA a nivel nacional, urbano y rural, marzo  
(En miles de personas)

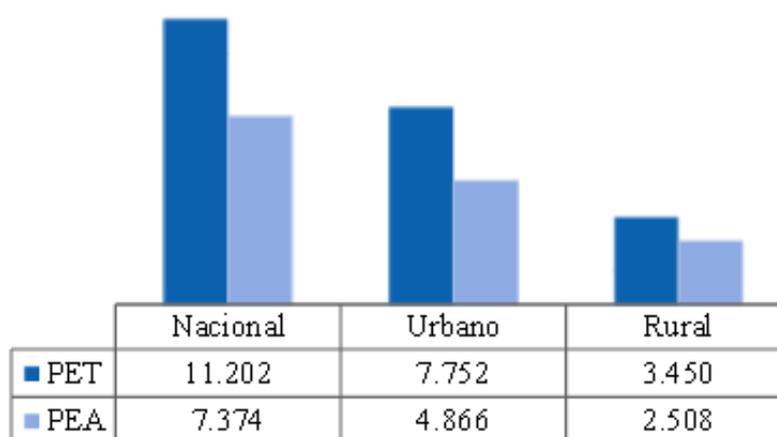


Figura 3 Población Económicamente Activa  
Elaborado Por. Manuel Fajardo  
Fuente: ECUADORENCIFRAS.GOB.EC

## ANÁLISIS:

Según los datos que indica el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, se concluye que la población económica activa, es positiva para el proyecto, exponiendo una oportunidad en el crecimiento de la microempresa. Es decir mientras exista un incremento de población y ventas de bienes y raíces, se ira formando nuevas fuentes de trabajo para el proyecto.

### Crecimiento poblacional del Valle de Los Chillos

PARROQUIAS	Población Censo		Proyección año y Tasa de Crecimiento(tc)									
	1990	2001	2005	tc	2010	tc	2015	tc	2020	tc	2025	tc
TOTAL ADMINISTRACION	73.894	116.946	132.601	3,2	152.170	2,8	171.739	2,4	191.309	2,2	210.878	2
AMAGUAÑA	16.783	23.584	25.435	2	27.233	1	28.456	0,9	29.102	0,5	29.187	0,1
CONOCOTO	29.160	53.137	63.247	5	77.028	4	92.089	3,6	108.443	3,3	126.082	3,1
GUANGOPOLO	1.670	2.284	2.438	2	2.577	1	2.656	0,6	2.679	0,2	2.649	-0
ALANGASI	11.064	17.322	19.458	3	21.964	3	24.243	2	26.245	1,6	27.926	1,2
LA MERCED	3.733	6.132	7.015	3	8.109	3	9.176	2,5	10.196	2,1	11.150	1,8
PINTAG	11.484	14.487	15.007	1	15.259	0	15.120	-0	14.642	-1	13.884	-1

Figura 4 crecimiento poblacional del Valle de Los Chillos

Elaborado Por. Manuel Fajardo

Fuente: Municipio de los Chillos

### Analisis:

Como se puede observar en el cuadro, se verifica el crecimiento progresivo poblacional en cada una de las parroquias que tiene el Valle de Los Chillos; tomando en cuenta la parroquia de conocoto se estima un crecimiento de su población hasa el

año 2020 de 16354 en su proyección de crecciminetos, siendo esto una oportunidad para el proyecto, donde la población asciende de manera continua y directa en el sector de bienes y raíces, incrementando clientes potenciales para el diseño de jardines y mantenimiento.

### **2.01.03 Factor Legal**

El marco legal le proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. El marco legal de una elección, y especialmente los temas relacionados con la integridad de la misma, regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí. (aceproject.org, 2014)

#### **2.01.03.01 Municipio**

##### **Patente**

- Formulario de inscripción de patente. (descargar de: [www.quito.gob.ec/](http://www.quito.gob.ec/) Formularios de descarga)
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de la Escritura de Constitución en caso de Personas Jurídicas.

- Si el trámite lo realiza una tercera persona:
- Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

**Requisitos adicionales:**

- Copia de la licencia de conducir categoría profesional (En el caso de que realice actividades de transporte).
- En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS.
- En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente.
- B. Solicitud vía web de clave electrónica:
- Ingresar a [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec) / herramientas en línea / Declaración de Patente y 1.5 por mil.
- Dar click sobre la opción “No tengo clave” y seguir el procedimiento.

**2.01.03.02 Requisitos para la Constitución de una Microempresa**

- Procesos para la formalización de personas naturales.
- Emisión del registro único contribuyente (R.U.C)
- Solicitud de matrícula de comercio ( De acuerdo al estado)
- Afiliación a la cámara de comercio
- Pago de tasa de matrícula de comercio

- Certificado de documentos
- Permiso de cuerpos de bomberos
- Obtención de la patente de comerciante
- Permiso de funcionamiento

### **2.01.03.03 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social**

Para la emisión de un número patronal, se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal, que se realiza a través de la página web del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, en línea. En la opción Empleadores podrá realizar los siguientes procesos:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz

- Calificación artesanal si es artesano calificado

#### **2.01.03.04 Permisos de Funcionamiento de Locales Comerciales. Uso de Suelo**

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Artesanos: Calificación artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
  - Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
  - En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
  - Dimensiones y fotografía de la fachada del local  
(ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
  - Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

### **2.01.03.05 Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos**

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal
- Para artesanos
- Informe de Inspección
- Copia del certificado artesanal
- Exoneración del municipio
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior

## **2.02. Entorno Local**

La definición de entorno local, se refiere al espacio que lo rodea y con el que se interactúa. Este espacio puede ser virtual o real, dependiendo de a que se refiere, teniendo entorno natural, físico, social, económico y político.

### **2.02.01. Clientes**

Un cliente es una posible persona que está a comprar un bien o un servicio para satisfacer su necesidad.

Un cliente, es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa y/o público en general. (Guede, Marketing de relaciones, 2015)

Tabla 4 Clientes

NOMBRE	DIRECCION	OBSERVACIONES
<b>CONJUNTO SAN LUIS I</b>	Calle Saavedra y Av. auqui	Mantenimiento y diseño de jardines.
<b>CONJUNTO SAN LUIS II</b>	Calle Saavedra y Av. auqui	Mantenimiento y diseño de jardines.
<b>COOPERATIVA HUERTOS FAMILIARES SAN JOSE DEL VALLE</b>	Av. Gribaldo Miño y Ilalo	Mantenimiento y diseño de jardines.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

Para determinar a todos los clientes, es necesario calcular la demanda insatisfecha, con la cual se puede aplicar varias herramientas para ver los clientes potenciales en el Valle de los Chillos.

### 2.02.02. Proveedores

Los proveedores serán las personas que nos venderán herramientas y máquinas para poder realizar el servicio.

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. (debitoor, 2015)

Tabla 5 Proveedores

NOMBRE	HERRAMIENTAS	OBSERVACIONES
<b>IVAN BOHMAN C.A</b>	Maquinas Podadoras de Césped	Quito; EC170144
<b>MOTORES BRIGGS STRATTON</b>	Máquinas de Jardinería y Accesorios	Vía a Duale Km 6.5 Guayaquil - Guayas
<b>STIHL</b>	Moto guadaña y Bombas de Fumigar	Av. 10 de Agosto 1575 y Bolivia Quito
<b>AGRIPAC</b>	Insecticidas	Ecuador, Guayas, Guayaquil, Córdova 623 y Padre Solano

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado: Manuel Fajardo

A base de este cuadro, se puede observar, que estos son los proveedores básicos donde se obtendrá todas las herramientas como: podadoras y accesorios de jardinería, a precio accesible para el diseño del trabajo.

### 2.02.03. Competidores

Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismos que una empresa determinada.

Pero la competencia no se limita al caso de las empresas que compiten de manera directamente (con los mismos productos). También se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los que el proyecto ofrece.

La competencia está invadida de personas inexpertas que trabajan de forma particular sin saber de la técnica del diseño de jardines y mantenimientos con lo que nos dificulta al momento de firmar contratos de trabajo.

### 2.02.03.01 Competencia directa

Son todas aquellas personas que trabajan de manera independiente donde carecen de conocimientos, sobre diseño y mantenimiento de jardines.

### 2.02.03.02 Competencia indirecta

La competencia indirecta se encuentra conformada por el Municipio, dicha empresa pública solo realiza trabajos en áreas públicas de la ciudad.

Tabla 2: Competidores Indirectos 1

COMPETIDORES IN DIRECTOS	DIRECCIÓN
<b>Municipio de Sangolquí</b>	Montufar 251 y Espejo. Sangolquí, Ecuador. Teléfono: (02) 2998 300, ext. 2003

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

Como competencia indirecta se le considera al Municipio de Sangolquí, esta institución brinda servicios de jardinería al sector público, y no al público en general, tales como conjuntos y hogares, donde se pretende llegar con el proyecto.

## 2.03 Análisis FODA

Tabla 6 Análisis FODA

	ASPECTOS INTERNOS	ASPECTOS EXTERNOS
ASPECTOS POSITIVOS(+)	FORTALEZAS ( IMPULSARLAS)	OPORTUNIDADES (APROVECHARLAS)
ASPECTOS NEGATIVOS(-)	DEBILIDADES (ELIMINARLAS)	AMENAZAS (ELIMINARLAS)

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Manuel Fajardo

**Fortalezas:** Actividades y atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan el logro de los objetivos de una institución.

**Oportunidades:** Eventos, hechos, o tendencias en el entorno de una organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de ésta, si se aprovechan en forma oportuna y adecuada.

**Amenazas:** Eventos hechos o tendencias en el entorno de una organización, que inhiben, limitan o dificultan su desarrollo operativo

**Debilidades:** Actividades o atributos internos de una organización que, inhiben o dificultan el éxito de una empresa

Con las siguientes oportunidades y amenazas se puede concluir con todos los aspectos externos y debilidades. Las fortalezas no las hay por la empresa, no existe todavía.

Tabla 7 Parámetros de Ponderación

PARAMETROS DE PONDERACIÓN	
ALTO	Amplia incidencia de la variable estudiada en la gestión.
MEDIO	Relativa incidencia de la variable en la gestión.
BAJO	<b>Poca incidencia de la variable en la gestión.</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

Tabla 8 Indicadores Oportunidades y Amenazas

Indicadores	Oportunidades			Amenazas		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Inflación					X	
PIB	X					
Tasa de interés: Activa y Pasiva		X				
Crecimiento Poblacional		X				
PEA		X				
Tasa de Desempleo		X				
Clientes		X				
Competencia					X	
Proveedores		X				
TOTAL	1	6			1	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

**Nota:** Para concluir al término del marco tenemos 6 oportunidades de impacto medio, estos resultados son fundamentales para la existencia y desarrollo de la microempresa, esto nos ayuda a planificar como aprovechar las oportunidades detectadas y ponerlas en marcha.

Se observa como amenazas 1 de impacto medio donde la competencia e inflación son factores que pueden afectar a la prestación de servicios de mantenimiento por falta de clientes pero también nos ayuda a mejorar en creatividad y ser más competitivos en el mercado.

Tabla 9 Indicadores Fortalezas y Debilidades

Indicadores	Fortalezas			Debilidades		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Gestión Administrativa		X				
Producto		X				
Precio						X
Plaza		X				
Promociones		X				
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>				<b>1</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Manuel Fajardo

**Nota:** En la tabla se observa que existen cuatro fortalezas con impacto medio lo cual es beneficioso para la organización al poder actuar directamente sobre ellas para mantener un control e identificar los factores estratégicos, usarlos y ayudar al cumplimiento de objetivos. Esto refleja la realidad de la empresa es decir lo que mejor que sabe hace, este factor ayudará principalmente en el funcionamiento interno. En las debilidades aparece el precio al establecer un precio debemos tomar en cuenta varios factores como el costo, porcentaje de utilidad, como se encuentran los precios de la competencia y buscando un precio competitivo.

## 2.04. Propuesta Estratégica

La propuesta estratégica de este servicio, mediante la creación de la empresa de servicios y diseño sobre mantenimiento de jardines, busca la creación y la innovación brindando un servicio de calidad, aplicando altos valores de responsabilidad y honestidad para así mantener la fidelidad del cliente y lograr un posicionamiento en el mercado

La propuesta estratégica es una función administrativa en la cual se decide lo que la empresa quiere a futuro definiendo los resultados, estrategias, políticas, programas y de qué manera se va a lograr, tomando decisiones de una mejor manera y más racional (BALLESTAS, 2016)

### 2.04.01. Misión

La misión es el motivo o razón de la existencia de una empresa que define, lo que pretende cumplir en su entorno social en el cual actúa.

La misión refiere a un motivo o una razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución. Este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado. (urbina, 2010)

Eco-jardines es una microempresa innovadora, dedicada exclusivamente al sector de jardinería, presta servicios especializados en diseños y mantenimiento de jardines, brindando al cliente una variedad de proyectos paisajísticos, sistemas de

riegos y comercialización de productos vanguardistas con el fin de satisfacer las necesidades del cliente .

#### **2.04.02. Visión**

La visión se refiere a la imagen que la organización se plantea a largo plazo, sobre como se espera que sea a futuro.

La visión de una empresa se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra. La visión debe ser realista pero puede ser ambiciosa, su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo. (urbina, 2010)

Constituirse como una microempresa reconocida en el mercado local, brindando una gama de servicios en diseños de jardines y mantenimiento de alta calidad, en un plazo de 5 años destacando el profesionalismo, honestidad y responsabilidad en el trabajo.

#### **2.04.03. Objetivos**

El objetivo es el fin a donde se desea llegar, la meta que se pretende lograr o cumplir, donde el objetivo también obliga a tomar decisiones para cumplir con sus aspiraciones.

Se denomina objetivos a la planeación de una organización para reforzar a largo plazo, la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son

los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión. (urbina, 2010)

#### **2.04.03.01 Objetivo General**

Prestar Servicios en el diseño y mantenimiento de jardines, aplicando conocimientos técnicos y utilizando herramientas de alta tecnología para así contribuir a la protección del medio ambiente de la parroquia del Valle de Los Chillos.

#### **2.04.03.02 Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la aceptación y la necesidad de la creación, de la microempresa Eco-Jardines.
- Determinar la demanda insatisfecha.
- Elaborar un estudio técnico para determinar el tamaño del proyecto y la capacidad óptima.
- Realizar un estudio financiero para saber la factibilidad del proyecto.

#### **2.04.05 Gestión Administrativa**

Es esta es una de las actividades más importantes dentro de una organización, esta debe funcionar correctamente para llegar al éxito caso contrario se llega al fracaso.

Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento, de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Con este proceso la empresa se desarrollara en forma correcta.

#### **2.04.05.01 Planificación**

La planificación se lo realizara mediante objetivos controlados rigurosamente, los cuales se plantearan para los diseños y mantenimiento para brindar un servicio eficaz y eficiente a los clientes.

La planificación es un proceso que implica anunciar las acciones necesarias para lograr un objetivo, con el mayor aprovechamiento de los recursos, mejorando en eficiencia y contribuyendo así a la optimización de costos y al logro de resultados. (urbina, 2010)

#### **2.04.05.02 Organización**

Se realizara mediante la coordinación de todo el personal de la organización, para cumplir las metas y objetivos planteados, con el propósito de obtener el máximo beneficio posible de los recursos técnicos y humano.

La organización es un sistema diseñado para lograr metas y objetivos por medio de talento humano, además ayudara a ordenar y agrupar actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos, creando unidades administrativas para un propósito en común de la organización. (urbina, 2010)

### 2.04.05.03 Organigrama estructural

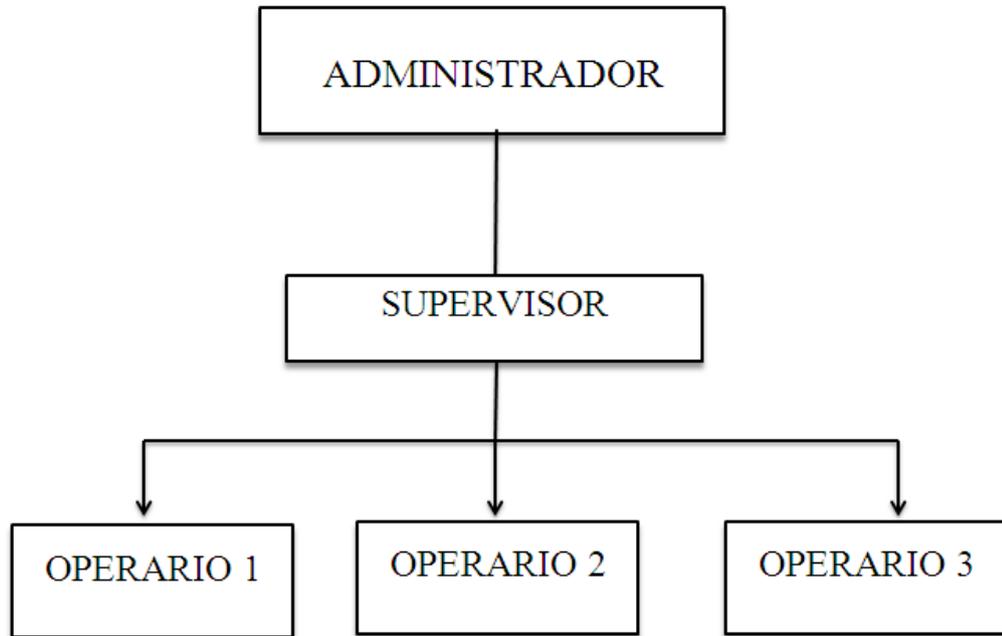


Figura 5 Organigrama estructural  
Fuente: Investigacion De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo

### 2.04.05.03 Perfil de Cargos

Tabla 10 Perfil de Cargo 1

LEVANTAMIENTO DE PERFIL DE FUNCIONES			
			
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Cargo:	<b>Administrador</b>	Reporta a : Eco jardines	
Área:	Administrativo.	Supervisa a: Ninguno	
Nº de ocupantes:	1	Sueldo: \$800	
REQUISITOS FORMALES			
Nivel de instrucción:	Estudios superiores o más.		
Experiencia	1 año mínimo de experiencia.		
Nivel de experiencia	Actividades similares		
Conocimientos específicos	*Planificación. *Organización. *Dirección. *Control.	Tiempo mínimo: 1 año.	
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de Personal.</li> <li>• Desarrollo de planes Estratégicos.</li> <li>• Métodos de Planificación.</li> </ul>		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Actividades.	Constante.	Frecuente	Ocasional
Utilización de Sistemas Administrativos.		X	
Empleo de Relaciones Humanos.	X		
Planificación de objetivos.	X		
Organización Estructural del Centro.	X		
Dirección del Centro.	X		
Determinar la contratación de personal.	X		
USO DE EQUIPOS, MAQUINARIA O HERRAMIENTAS			
Proceso Sistemático.			
Proceso Planificado.			
Manejo de Computadoras.			
COMPETENCIAS GENÉRICAS			
Pensamiento Crítico.	Talento de análisis situacional.		
Talento en Planificación.	Organización de tarea en forma efectiva.		
Administrativas.	Toma de decisiones.		
Comprensión de Dinámicas de Mercado.	Conocimientos investigativos.		
Trabajo en Equipo.	Apoyo alterno entre colaboradores.		
ENTORNO LABORAL			
Orientación hacia los Objetivos. Solución de problemas y Conflictos. Orientación hacia los Objetivos.			

APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE DISEÑO Y MANTENIMIENTO DE JARDINES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.SECTOR VALLE DE LOS CHILLOS PARROQUIA CONOCOTO PERIODO 2017

Tabla 11 Perfil de cargo 2

LEVANTAMIENTO DE PERFIL DE FUNCIONES		
		
DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Cargo:	<b>Jardinero</b>	Reporta a : Eco jardines
Área:	Mantenimiento y diseño	Supervisa a: Ninguno
Nº de ocupantes:	4	Sueldo: \$ 400
REQUISITOS FORMALES		
Nivel de instrucción:	Bachiller.	
Experiencia	1 año mínimo de experiencia.	
Nivel de experiencia	Actividades similares	
Conocimientos específicos	*Planificación. *Organización. *Control.	Tiempo mínimo: 1 año.
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar hojas de requisición de herramientas.</li> <li>• Elaboración de jardines</li> <li>• Encargado de mantenimiento de las maquinas</li> </ul>	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
Actividades.	Constante.	Frecuente
Utilización de Sistemas Administrativos.		X
Empleo de Relaciones Humanos.	X	
Planificación de objetivos.	X	
Organización Estructural del Centro.	X	
Dirección del Centro.	X	
Determinar la contratación de personal.	X	
USO DE EQUIPOS, MAQUINARIA O HERRAMIENTAS		
Proceso Sistemático.		
Proceso Planificado.		
Manejo de Computadoras.		
COMPETENCIAS GENÉRICAS		
Pensamiento Crítico.	Aporte con ideas innovadoras.	
Talento en Planificación.	Organización de tarea en forma efectiva.	
Administrativas.	Toma de decisiones.	
Comprensión de Dinámicas de Mercado.		
Trabajo en Equipo.	Apoyo alterno entre colaboradores.	
ENTORNO LABORAL		
Orientación hacia los Objetivos. Solución de problemas y Conflictos. Orientación hacia los Objetivos.		

APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE DISEÑO Y MANTENIMIENTO DE JARDINES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.SECTOR VALLE DE LOS CHILLOS PARROQUIA CONOCOTO PERIODO 2017

### 2.03.04 Gestión Comercial

Por medio de la gestión comercial se pondrá a disposición varios productos o servicios ante la sociedad, en donde existirá varias herramientas para atraer clientes como son; los programas publicitarios con el objetivo de aplicar una evaluación y un control de resultados que se vaya generando en las diferentes etapas del proyecto.

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado. Manifestado esto, es necesario desarrollar un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad. (gestiopolis, 2001)

Tabla 12 Gestión Comercial

PRODUCTO	PLAZA	PROMOCIÓN	PRECIO
➤ <b>Calidad</b>	➤ Canales	➤ Publicidad	➤ Precio de lista
➤ <b>Estilo</b>	➤ Coberturas	➤ Ventas personales	➤ Descuentos
➤ <b>Garantía</b>		➤ Promociones en ventas	

Fuente: Investigación De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo

#### 2.03.04.01 Producto

El servicio es un ciclo de vida, el cual no es explotado al máximo, y sobre todo nunca perderá vigencia. Al diseñar nuevos estilos en jardines se dará un auge a la introducción con diseños originales e innovadores, con un proceso saludable para el medio ambiente y consumidor.

Por ello el servicio se lo realizara periódicamente bajo los mismos estándares de calidad., cuidando así la vida del jardín, utilizando abonos orgánicos en un 80% y en un 20% abonos químicos con lo cual garantizamos todo un ciclo de vida del jardín.

Adicionalmente se implementara nuevos estilos en cada jardín mensualmente. Con eso garantizaría que el servicio no es y tradicional como la gente está acostumbrada a ver simples jardines sin color ni vida.

El servicio de mantenimiento se lo brindara de acuerdo a las condiciones climáticas, por lo general en verano es mensual y en invierno se lo realizara cada 3 semanas.



Figura 6 Diseño jardín vertical 1  
Fuente: Investigacion De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo



Figura 7 jardines exteriores  
Fuente: Investigación De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo

### **Calidad del Servicio**

El servicio se lo realizara con las maquinas adecuadas y personal capacitado para el mantenimiento, siguiendo su debido proceso y control, utilizando abonos orgánicos para garantizar el cuidado del jardín y satisfacer al cliente.

#### **2.03.04.02 Precio**

Un error común que cometen muchos empresarios al momento de establecer sus precios es basarse en el costo de producción únicamente, y de ahí agregar un porcentaje de utilidad. También hay que pensar en el precio del producto o servicio

para los clientes, la necesidad también ayuda a establecer el precio y finalmente interviene la ley de la oferta y la demanda.

Como parte del precio se deben establecer claramente ciertas políticas como son: descuentos por mayoreo, gastos de envío, comisiones, etc.

Tabla 13 Precio 1

<b>Diseño y mantenimiento</b>	<b>\$60</b>
<b>Mantenimiento( por cada corte de césped)</b>	<b>\$40</b>
<b>Abono orgánico</b>	<b>\$15</b>

Fuente: Investigacion De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo

### 2.03.04.03. Plaza

Este punto está determinado mediante un estudio técnico, donde se especifica la localización óptima del proyecto. De este punto se pretende cubrir toda la zona, esto quiere decir, que se espera un gran porcentaje de aceptación por la población y sector, teniendo un seguimiento de control de cada mantenimiento; para así tener un mayor grado de confiabilidad y atraer nuevos clientes. Se ubica en la Parroquia de Conocoto calle Juan Montalvo y José Joaquín de olmedo s7-16



Figura 8 Plaza  
Fuente: Investigación De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo

#### 2.03.04.04. Promoción

Dentro de las promociones se podrá definir para este tipo de negocios las combinaciones de servicios, que en este caso en particular sería el diseño y mantenimiento de jardines. Adicionalmente se expondrá promociones como un valor agregado de decoraciones y accesorios, descuentos por determinado número de clientes referidos, ofertas especiales en fechas específicas como son: matrimonios, cumpleaños, festividades de navidad entre otros. Y un sin número de formas de generar satisfacción cubriendo las necesidades al cliente.

Este punto será el que manifieste un mayor enfoque en marketing, ya que para llegar a los clientes y dar a conocer el servicio o producto, se emplearán diversas herramientas como: pancartas, artículos publicitarios entre otros.

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes

estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado.

(Menes, 2016)

#### 2.03.04.04. Publicidad

La publicidad es una táctica de marketing que permite promocionar y dar a conocer el producto o servicio al público. Para lo cual se elaborarán programas publicitarios de lanzamiento, esferos publicitarios y llaveros, en las que constarán el nombre, logotipo y slogan de la micro empresa, de tal forma que se permita mantener la imagen en el mercado, causando impacto en la mente del consumidor.

##### Nombre:

# ecojardines

El nombre eco jardines se da por la fusión de ecología y jardines donde la importancia es el medio ambiente.

##### Logo:



Figura 9 Logo 1  
Fuente: Investigacion De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo

Como se puede apreciar en el logotipo de la microempresa, está basado en el cuidado del jardín de una manera ecológica, además se encuentra alineada con el objetivo número 7 del Plan Nacional del Buen Vivir.

## **COLORES**

El verde es el color del crecimiento, la renovación y el renacimiento. Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales.

El blanco significa igualdad y unidad. Contiene todos los colores del espectro y representa lo positivo y además se implica un nuevo comienzo.

## **Slogan:**

# **IDEAS INNOVADORAS**

Ideas innovadoras se da porque constantemente presenta diseños nuevos, técnicas y procesos, en el mantenimiento tanto en jardines verticales y horizontales, satisfaciendo las necesidades del cliente.

## **Formas de publicidad**

**Página web.-** el objetivo es brindar un servicio por vía internet dando a conocer a la microempresa eco jardines, ya sea con información de diseños, mantenimientos, precios y promociones. Es una herramienta muy útil para la microempresa y clientes donde todo se dirija vía online.



Figura 10 Página web  
Fuente: Investigación De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo



Figura 11 Camisetas  
Fuente: Investigación De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo



Figura 12 Gorros  
Fuente: Investigación De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo



Figura 12 llaveros  
Fuente: Investigación De Campo  
Elaborado: Manuel Fajardo

## CAPÍTULO III

### 3. Estudio Mercado

El estudio de mercado consiste en un proceso de recopilación y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado.

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor. Su objetivo principal es ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Philip, 2004)

#### 3.01 Análisis Situacional

El análisis situacional, es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno.

## **Objetivo del estudio de mercado**

Identificar la cantidad de consumidores que van a contratar el servicio de diseños y mantenimiento de jardines. Además identificar el periodo de tiempo en brindar servicios a la población del sector.

## **Objetivos específicos del estudio de mercado**

- Establecer el mercado objetivo
- Analizar los precios existentes en el mercado con respecto al diseño y mantenimiento de jardines
- Investigación los elementos más adecuados de promoción y publicidad para comercialización del servicio

## **Segmentación de mercado**

La segmentación de mercado busca la identificación de grupos similares de clientes, para adecuar el producto o servicio de las características del mercado. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores, este es uno de los elementos decisivos para el éxito de una empresa.

Según (Jones, 2008) define la segmentación del mercado como "la manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva"

Tabla 6 Segmentación de Mercado

Características Geográficas	Características Demográficas
Provincia: <b>Pichincha</b>	<b>Género:</b> Indistinto
Cantón: <b>Quito</b>	<b>Población:</b> PEA
Localidad: <b>Parroquia Conocoto</b>	<b>Nacionalidad:</b> Indistinto
<b>Calles Juan Montalvo y José Joaquín de Olmedo</b>	<b>Nivel socio económico:</b> Medio y Alto

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### 3.01.01 Determinación de Población y Muestra

#### 3.01.01.01 Población

Son todas las personas que se van a observar y nos ayudan como referencia para luego realizar el estudio estadístico.

Población es el conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan las observaciones y son objeto de un estudio estadístico. (Pablo, 2005)

#### 3.01.01.02 Tamaño del Universo

Tabla 14 Universo

Universo	N°
<b>Población de Quito</b>	2,239.191
<b>Población de la zona valle de los chillos</b>	20.957

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### 3.01.01.03 Muestra

Una muestra, es una pequeña porción de algo, representativa de un todo, que es usada para llevarla a conocimiento público o para analizarla.

### 3.01.01.04 Formulación de la muestra

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

**Nomenclat**

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo (20957)

P= Posibilidad de éxito (50%)

Q= Posibilidad de fracaso (50%)

E2=Margen de error (5%)

Z2=Nivel de confianza (1,96)YA A

**Cálculo:**

N=20957

P= 50%

$$Q= 50\%$$

$$E2= 5\%$$

$$Z2=1,96$$

$$n = \frac{20957(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(20957 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{20957(3,84)(0,25)}{50,68 + 0,96}$$

$$n = \frac{20118}{51,64}$$

$$N= 383 \text{ encuestas}$$

### 3.01.02 Técnicas de la obtención de la información

Las técnicas de recolección de información son:

#### Entrevistas

En la entrevista podremos saber todos los objetivos planteados de obtener la información, ya que es un enlace de comunicación entre el entrevistador y entrevistado.

Es una relación directa entre personas por la vía oral, que se plantea unos objetivos claros y prefijados, al menos por parte del entrevistador, con una asignación de papeles diferenciales, entre el entrevistador y el entrevistado, lo que supone una relación asimétrica. (Pelachano, 2005)

## Encuestas

Dentro de la encuesta se observa un conjunto de preguntas especialmente diseñadas para una determinada población o muestra, esta es una herramienta donde se puede recolectar información, elaborando un cuestionario donde podremos saber las sus opiniones de toda la población,

La encuesta es un método de recolección de información, que, por medio de un cuestionario, recoge las actitudes, opiniones u otros datos de una población, tratando diversos temas de interés. Las encuestas son aplicadas a una muestra de la población objeto de estudio, con el fin de inferir y concluir con respecto a la población completa. (Paul, 2007)

## Cuestionarios

El término cuestionario presenta dos usos muy difundidos, por un lado, es una lista de preguntas o cuestiones y también es aquel programa de temas de una oposición, clase, entre otros. (Paul, 2007)

En la presente investigación se aplica el método de la encuesta, esta herramienta permitirá obtener información verídica y confiable, debido al número de personas a encuestar, consiguiendo datos confiables para determinar la demanda y oferta que puede existir para el servicio de diseño y mantenimiento de jardines.

### 3.01.02.01 Modelo de Encuesta



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**  
**ENCUESTA**

**Buenos días/ tardes.**

Soy estudiante del ITSCO me encuentro realizando una encuesta para determinar el margen de aceptabilidad del proyecto que estoy desarrollando para la obtención del título Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera.

**INSTRUCCIONES:** Señale con una **X** la opción que se adapte a su preferencia:

**1. ¿Posee un jardín o un espacio verde en su domicilio?**

SI

NO

**2. ¿Actualmente usted cuenta con una persona especializada para el mantenimiento del su jardín?**

SI

NO

**3. ¿Con qué frecuencia realiza el mantenimiento de su jardín?**

CADA 30 DÍAS

CADA 45 DÍAS

CADA 60 DÍAS

MÁS DE 60 DÍAS

**4. ¿Está satisfecho con el servicio de jardinería que recibe actualmente?**

SI

NO

**5. ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio periódico para el diseño y la conservación de su jardín con personal profesional?**

SI

NO

**6. ¿Conoce alguna empresa que oferte servicios de jardinería en el Valle de los Chillos?**

SI

NO

**7. ¿El costo del servicio que usted paga es?**

Alto

Accesible

Bajo

**8. ¿Cuál es el valor aproximado que paga por el servicio?**

\$50

\$40

\$20

**9. ¿Qué le gustaría obtener al momento de contratar este servicio?**

Variedad de Diseños

Mantenimiento Permanente

Personal Capacitado

Accesibilidad de Precios

**10. ¿Le gustaría que exista una empresa que oferte el servicio de diseño y mantenimiento de jardinería en el valle de los chillos?**

SI

NO

**GRACIAS**

### 3.01.03 Análisis de la Información

Luego de aplicar la encuesta se realiza la tabulación de los datos, que consiste en el recuento de las respuesta de la preguntas planteadas, con el fin de realizar gráficos y tablas para su análisis.

#### 1. ¿Posee un jardín o un espacio verde en su domicilio?

Tabla 15 Pregunta 1

1. ¿Posee un jardín o un espacio verde en su domicilio?		
SI	297	74,93%
NO	96	25,07%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

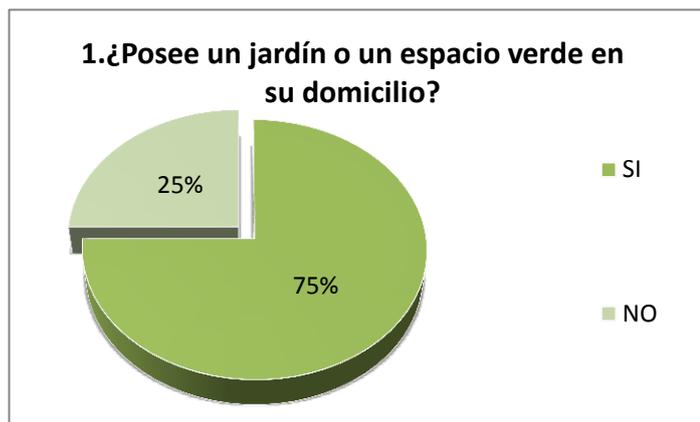


Figura 13 Pregunta 1

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

#### Análisis:

De un total de 383 encuestados se obtiene que un 25% no tienen un espacio verde o jardín en su domicilio, mientras que el 75% si posee un jardín en su domicilio, lo cual es favorable para la implementación de la empresa.

Tabla 16 Pregunta 2

2. ¿Actualmente usted cuenta con una persona especializada para el mantenimiento del su jardín?		
SI	87	22,72%
NO	296	77,28%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo



Figura 14 Pregunta 2

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

### Análisis:

Se observa dentro de los 383 encuestados un 23% si cuenta con una persona especializada mientras que el 77% no cuenta con personal especializado para el mantenimiento del jardín.

Tabla 17 Pregunta 3

3. ¿Con qué frecuencia realiza el mantenimiento de su jardín?		
<b>CADA 30 DÍAS</b>	229	59,79%
<b>CADA 45 DÍAS</b>	76	19,84%
<b>CADA 60 DÍAS</b>	21	5,48%
<b>MÁS DE 60 DÍAS</b>	57	14,88%
<b>TOTAL</b>	383	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

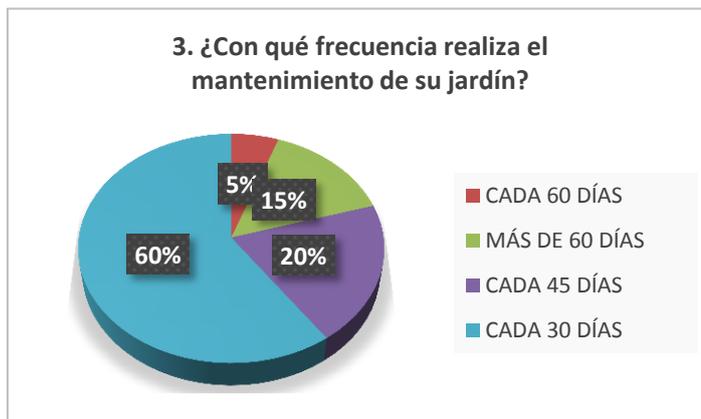


Figura 15 Pregunta 3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

### Análisis:

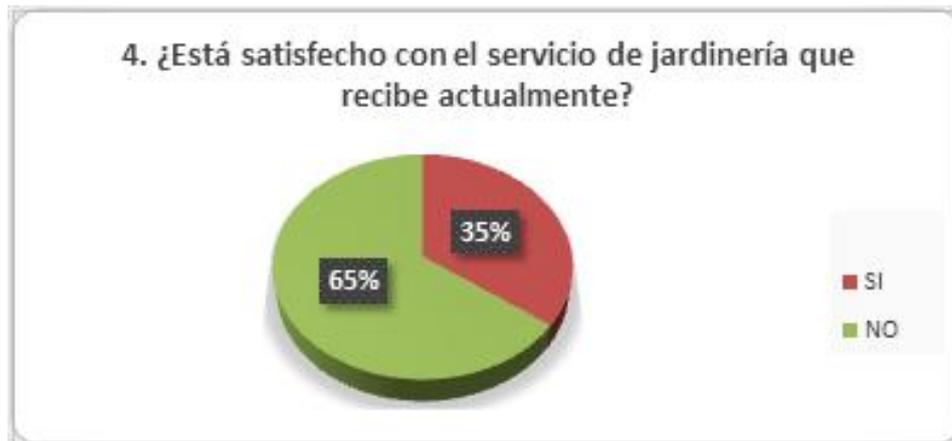
Se observa que dentro de los resultados de 383 encuestados un 5% da un mantenimiento a su jardín cada 60 días y un 15% le dan un mantenimiento a su jardín mas de los 60 días y un 20% cada 45 días que le da mantenimiento a su jardín y por ultimo existe un 60% que le da un mantenimiento a su jardín cada 30 días esto significa un cliente frecuente o fijo cada mes.

Tabla 18 Pregunta 4

4. ¿Está satisfecho con el servicio de jardinería que recibe actualmente?		
SI	134	34,99%
NO	249	65,01%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 16 Pregunta 4**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Análisis:**

Se observa que un 35% de los encuestados está satisfecho con el servicio de jardinería que recibe mientras que un 65% no está satisfecho con el servicio de jardinería que recibe.

Tabla 19 Pregunta 5

5. ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio periódico para el diseño y la conservación de su jardín con personal profesional?		
SI	325	84,86%
NO	58	15,14%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



Figura 17 Pregunta 5

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### Análisis:

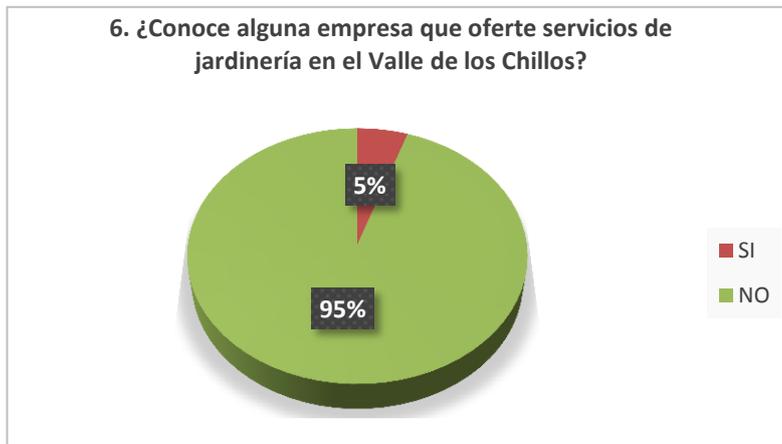
Se observa que un total de 383 un 15% no está dispuesto a contratar un personal profesional para el cuidado de su jardín y un 85% esta dispuesto a contratar un servicio periódico para el diseño y mantenimiento de su jardín con personal profesional.

Tabla 20 Pregunta 6

6. ¿Conoce alguna empresa que oferte servicios de jardinería en el Valle de los Chillos?		
SI	20	5,22%
NO	363	94,78%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 18 Pregunta 6**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Análisis:**

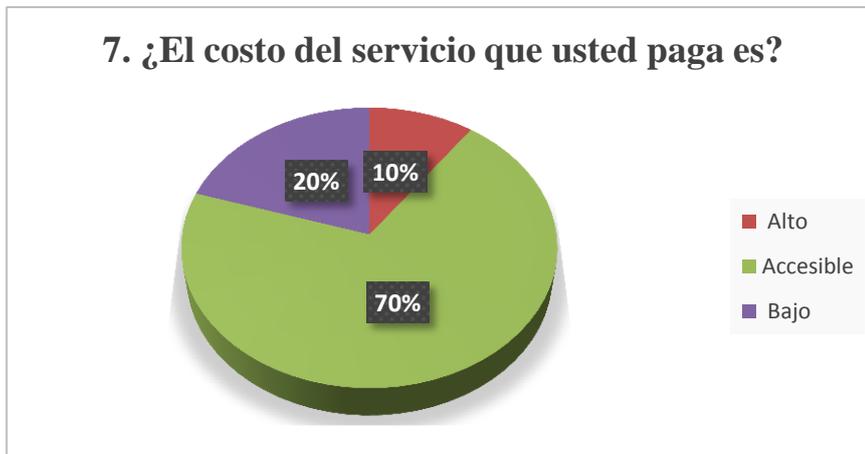
Se obtiene como resultados de la encuesta realizada a 383 personas que un 5% conoce a un empresa que brinda el servicio de mantenimiento de jardines y un 95% indica que no conoce una empresa que realice el servicio de diseño y mantenimiento de jardines en el valle de los chillos.

Tabla 21 Pregunta 7

7. ¿El costo del servicio que usted paga es?		
<b>Alto</b>	38	9,92%
<b>Accesible</b>	268	69,97%
<b>Bajo</b>	77	20,10%
<b>TOTAL</b>	383	100,00%

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 19 Pregunta 7**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Análisis:**

Se obtiene de la encuesta realizada a 383 personas que un 10% considera que el costo que paga es alto y un 20% cree que el costo por mantenimiento es bajo y un 70% dice que es accesible para el mantenimiento de su jardín en el valle de los chillos

Tabla 22 Pregunta 8

8. ¿Cuál es el valor aproximado que paga por el servicio?		
\$50	38	9,92%
\$40	268	69,97%
\$20	77	20,10%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 20 Pregunta 8**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### **Análisis:**

Se observa en la encuesta realizada a 383 personas que un 10% paga un valor de 50 dólares por el servicio de mantenimiento de su jardín y un 20% paga un valor de 20 dólares por el servicio de mantenimiento de su jardín mientras que un 70% paga un valor por el mantenimiento de su jardín de 35 dólares.

Tabla 23 Pregunta 9

9. ¿Qué le gustaría obtener al momento de contratar este servicio?		
<b>Accesibilidad de Precios</b>	40	10,44%
<b>Mantenimiento Permanente</b>	76	19,84%
<b>Personal Capacitado</b>	153	39,95%
<b>Variedad de Diseños</b>	114	29,77%
<b>TOTAL</b>	383	100,00%



**Figura 21 Pregunta 9**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### Análisis:

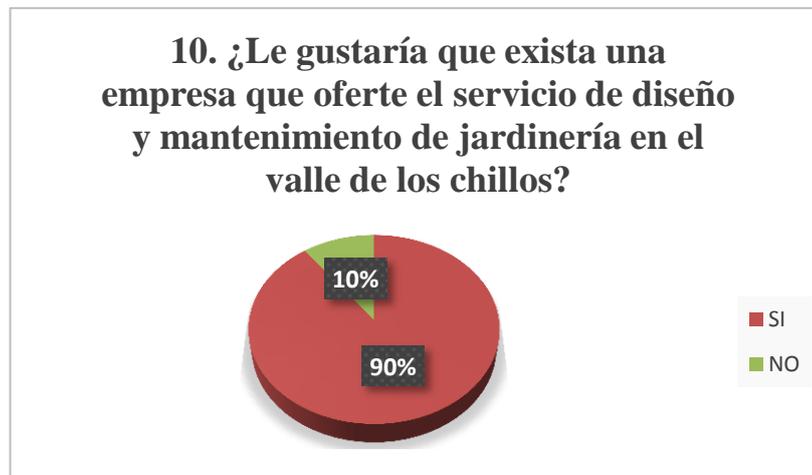
En la encuesta realizada a 383 personas se observa que un 10% requiere precios accesibles en el momento de contratar un servicio y un 20% indica que es necesario un mantenimiento permanente mientras que el 30% requiere variedad de diseños en jardines y un 40% creen que para contratar es vital personal capacitado.

Tabla 24 Pregunta 10

10. ¿Le gustaría que exista una empresa que oferte el servicio de diseño y mantenimiento de jardinería en el valle de los chillos?		
SI	344	89,82%
NO	39	10,18%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 22 Pregunta 10**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Análisis:**

Se observa en la encuesta realizada a 383 que un 90% de encuestados está de acuerdo que exista una empresa de diseño y mantenimiento de jardines en el valle de los chillos y un 10% que no está de acuerdo que exista la empresa.

### 3.03 Oferta

La oferta es como la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término la propuesta de venta de bienes o servicios que de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta

#### 3.03.01 Oferta Actual

**Tabla 17 Oferta Actual**

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta proyectada
2017	\$ 60.293,29	0,2272	\$ 13.698,64

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

#### 3.03.02 Oferta Proyectada

Para determinar la oferta se tomó como los siguientes factores la aceptación de la competencia y la demanda ofertada como puntos base.

**Tabla 18 1Oferta Proyectada**

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2017	\$ 82.601,81	0,2272	18.767,13
2018	\$ 113.164,47	0,2272	25.710,97
2019	\$ 155.035,33	0,2272	35.224,03
2020	\$ 212.398,40	0,2272	48.256,92
2021	\$ 290.985,81	0,2272	66.111,98

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### Análisis:

Según el cuadro realizado de la oferta proyectada con el factor del 2,27% se puede decir que; desde el año 2017 que el valor es de \$ 18.767,13 hasta el año 2021 que ha ido creciendo considerablemente a favor de la empresa con el valor de \$ 66.111,98, esto es beneficioso para la organización ya que a futuro tendría una oferta mayor.

### 3.04 Demanda

La demanda es una cantidad o conjuntos de bienes o servicios que la población necesita para satisfacer sus necesidades.

#### 3.04.01 Demanda Actual

Tabla 19 Demanda Actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2016	\$ 44.009,70	1,37	\$ 60.293,29

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### Análisis:

En este cuadro se puede observar que se ha sacado los valores a base de las encuestas para así de esta manera saber cuáles son los valores de la oferta y demanda; y nos da el valor 60.293,29 es la cantidad que estarían dejando los demandantes.

### 3.04.02 Demanda Proyectada

La demanda proyectada se lo realiza tomando en cuenta el porcentaje de crecimiento poblacional aproximado de cada año para el cual se empleó 1.37% estimando el último censo.

**Tabla 25 Demanda Proyectada**

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	\$ 60.293,29	1,37	\$ 82.601,81
2018	\$ 82.601,81	1,37	\$ 113.164,47
2019	\$ 113.164,47	1,37	\$ 155.035,33
2020	\$ 155.035,33	1,37	\$ 212.398,40
2021	\$ 212.398,40	1,37	\$ 290.985,81

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

#### Análisis:

En este cuadro la demanda proyectada se refleja un incremento bastante favorable de \$ 90.985,81 en el 2021 a comparación con el 2017 que fue de \$ 82.601,81; siendo esto excelente ya que más personas quieren el servicio.

### 3.04.04 Demanda Insatisfecha

Consiste en la parte entre la demanda y oferta que no está cubierta y que el proyecto puede cubrir esa diferencia de demanda insatisfecha.

Tabla 26 Demanda Insatisfecha

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2016	82.601,81	18.767,13	63.834,68
2017	113.164,47	25.710,97	87.453,51
2018	155.035,33	35.224,03	119.811,30
2019	212.398,40	48.256,92	164.141,48
2020	290.985,81	66.111,98	224.873,83

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### Análisis:

En este análisis sobre la demanda insatisfecha podemos verificar que existe una oportunidad de mercado; el proyecto cubrirá una porción de la demanda insatisfecha, la empresa puede sacar provecho de esto y llenar las demandas insatisfechas con el transcurso del tiempo.

## CAPÍTULO IV

### 4. Estudio Técnico

El estudio técnico define la función de recursos disponibles para la producción e ingeniería del proyecto en este punto es importante conocer muy bien del proceso del servicio para determinar la herramienta y la maquinaria necesarias.

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio Deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de Producción, localización, instalaciones y organización requeridas. (GomezAM, 2008)

#### 4.01 Tamaño del proyecto

Es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por unidad de Tiempo Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (urbina, 2010)

El presente proyecto cuenta con 53.15 metros cuadrados donde todas las áreas están designadas para tener mejor eficiencia y comodidad para los trabajadores y el los clientes que visiten el local.

#### 4.01.01 Capacidad Instalada

Es la distribución del espacio disponible de todas las áreas y identificando el tamaño del proyecto.

Tabla 27 Capacidad instalada

Área	Dimensiones	Total m <sup>2</sup>
Área administrativa	4.50*2.50	12.50 m <sup>2</sup>
Área de ventas y diseño	2.90*3.50m	10.15 m <sup>2</sup>
Bodega y taller de mantenimiento	4.50*3.90- 3.35m	14.19 m <sup>2</sup>
Baño administrativo	1.40*1.20m	1.68 m <sup>2</sup>
Baño de bodega	1.40*1.20m	1.68 m <sup>2</sup>
Parqueadero	3.70*3.50m	12.95 m <sup>2</sup>
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA		53.15 m <sup>2</sup>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

#### 4.01.02 Capacidad Óptima

Es el espacio que se necesita para la producción de un bien o un servicio en el presente proyecto es necesario 36.84 m<sup>2</sup> designadas en áreas esenciales para su correcto funcionamiento del servicio.

Tabla 28 Capacidad Optima

Área	Dimensiones	Total m <sup>2</sup>
<b>Área administrativa</b>	4.50*2.50m	12.50 m <sup>2</sup>
<b>Área de ventas y diseño</b>	2.90*3.50m	10.15 m <sup>2</sup>
<b>Bodega y taller de mantenimiento</b>	4.50*3.90-3.35m	14.19 m <sup>2</sup>
<b>Baño administrativo</b>	1.40*1.20m	1.68 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL CAPACIDAD OPTIMA</b>		<b>36.84 m<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

## 4.02 Localización

La localización es determinar variables que benefician al proyecto para obtener la máxima fuerza locacional, donde busca tener mayor ganancia o el mínimo costo unitario.

En el estudio de localización del proyecto, se toman en cuenta dos aspectos la macro y la micro localización, pero a su vez se deben analizar otros factores, llamados fuerzas locacionales, que de alguna manera influyen en la inversión de un determinado proyecto. (Nassir, 2004)

### 4.02.01 Macro – localización

La macro localización debe tener las facilidades y costos del transporte disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, etc. Y la disponibilidad de mercado con facilidades de distribución y Comunicaciones.

Tabla 29 Macro Localización

<b>País</b>	<b>Ecuador</b>
<b>Provincia</b>	<b>Pichincha</b>
<b>Cantón</b>	<b>Quito</b>
<b>Parroquia</b>	<b>Conocoto</b>
<b>Sector</b>	<b>Valle de lo chillos</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

#### 4.02.02 Micro – localización

El presente proyecto está ubicado en la Parroquia de Conocoto calles Juan Montalvo y José Joaquín de Olmedo s7-16 donde la zona presta ventajas.



**Figura 23 Micro Localización**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

#### 4.02.03 Localización Óptima

En la localización óptima se identifica el lugar exacto del proyecto resaltando todas las ventajas, beneficios maximizando recursos para estudio del proyecto.

Tabla 30 Método Cualitativo Por Puntos

Factores Relevantes	Ponderación	Conocoto		Sangolqui		San Rafael	
		Calif.	total	Calif.	total	Calif.	total
Cercanía de Mercado	0,15	9	1,35	8	1,2	7	1,05
Vías de Acceso	0,15	9	1,35	8	1,2	8	1,2
Seguridad	0,1	9	0,9	7	0,7	8	0,8
Servicios Básicos	0,15	9	1,35	9	1,35	9	1,35
Servicio Transporte	0,1	9	0,9	9	0,9	9	0,9
Costo de Vida	0,1	9	0,9	8	0,8	8	0,8
Proveedores	0,1	9	0,9	9	0,9	9	0,9
Competencia	0,15	9	1,35	8	1,2	7	1,05
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>9</b>		<b>8,25</b>		<b>8,05</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Análisis:**

Se emplea el método cualitativo por puntos tomando tres sectores para el estudio del proyecto en el Valle de los Chillos considerando factores como cercanía de mercado, vías de acceso, servicios básicos entre otros dando como resultado la parroquia de Conocoto con 9 lo cual indica que es el lugar factible para la ubicación del proyecto.

**4.03 Ingeniería de Producto**

La ingeniería de proyecto trata de como es el proceso de producción del producto o servicio donde se determina también la maquinaria necesaria para la realización del servicio.

“Es resolver todo lo que concierne a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria”  
(urbina, 2010, pág. pag 89)

**4.03.01 Definición del Producto o Servicio**

El producto es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa.

El diseño de jardines y mantenimiento se convierte en un servicio innovador ya que esta tiene muchos beneficios para el cliente donde su jardín siempre tendrá un cuidado profesional y permanente dando como resultado un jardín lleno de vida y color.

#### 4.03.02 Distribución de la Planta

Es donde determinaremos un lugar confortable para la ejecución de actividades de todos los departamentos, aplicando diferentes herramientas para la asignación de las áreas de manera sistemática para no tener o generar tiempos muertos.

“Distribución de la planta proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.” (urbina, 2010, pág. pag 94)

Tabla 21 Capacidad Instalada del Proyecto

Área	Dimensiones	Total m <sup>2</sup>
Área administrativa	4.50*2.50	12.50 m <sup>2</sup>
Área de ventas y diseño	2.90*3.50m	10.15 m <sup>2</sup>
Bodega y taller de mantenimiento	4.50*3.90-3.35m	14.19 m <sup>2</sup>
Baño administrativo	1.40*1.20m	1.68 m <sup>2</sup>
Baño de bodega	1.40*1.20m	1.68 m <sup>2</sup>
Parqueadero	3.70*3.50m	12.95 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL CAPACIDAD INSTALADA</b>		<b>53.15 m<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

Tabla 31 Códigos de cercanía 1

Códigos de cercanía
<b>A Absolutamente necesario</b>
<b>E Especialmente importante</b>
<b>I Importante</b>
<b>O Ordinaria</b>
<b>U sin importancia</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

Tabla 32 Razón de cercanía 1

Razón de cercanía	
1	Por control
2	Por procesos
3	Por higiene
4	Por conveniencia
5	Por seguridad

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

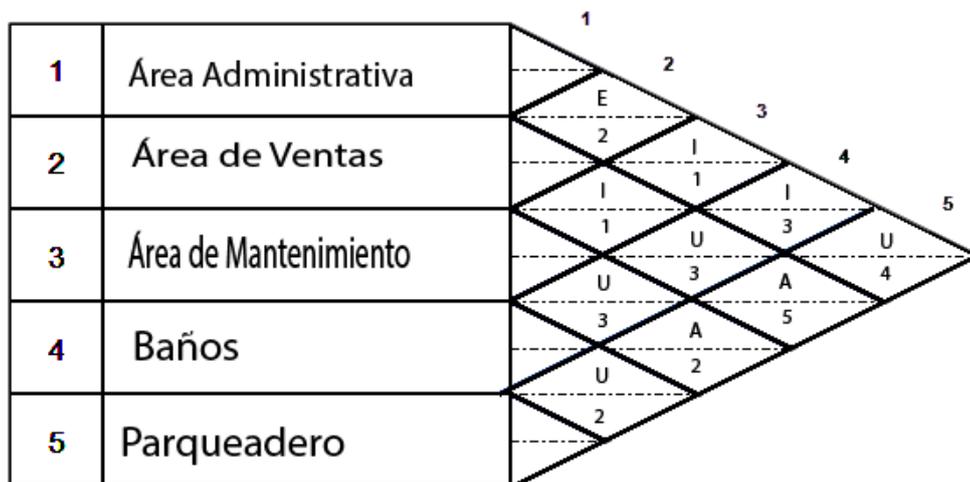


Figura 24 Matriz SLP

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo



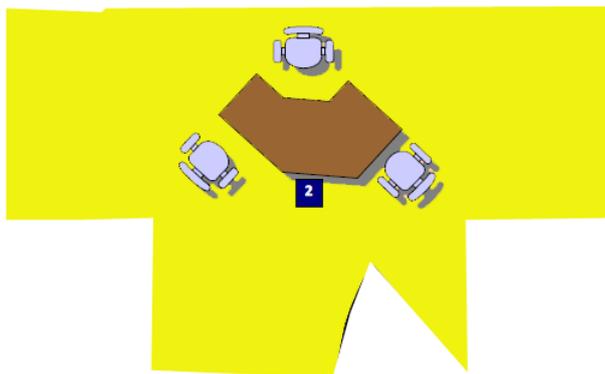
**Figura 25 Distribución del Plano**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

En el gráfico podemos ver que la planta está establecida de una forma sistemática para la reducción de costos en la producción del bien o servicio donde todo va a funcionar eficazmente y donde se priorizo un ambiente confortable y sin tiempos muertos para optimizar recursos.

## ATENCIÓN AL CLIENTE Y VENTAS



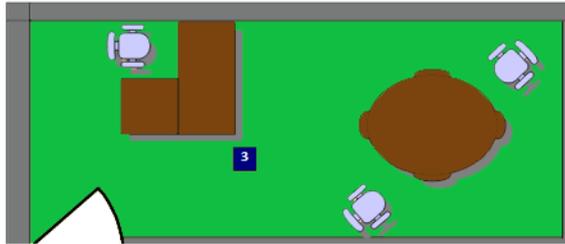
**Figura 26 Atención la cliente y ventas**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

El área de atención al cliente donde ofertamos todos nuestros servicios al cliente y donde se efectúan las ventas.

### DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO



**Figura 27 Departamento Administrativo**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

Es la área encargada de administrar todos los recursos económicos de la empresa donde todo está controlado sistemáticamente tanto la contabilidad como los servicios.

### BODEGA Y TALLER DE MANTENIMIENTO



**Figura 28 Bodega y taller de Mantenimiento**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

El área de bodega y mantenimiento esta designada para almacenar las herramientas de jardinería y darles el respectivo mantenimiento a todas las máquinas de cortar césped.

## BAÑOS

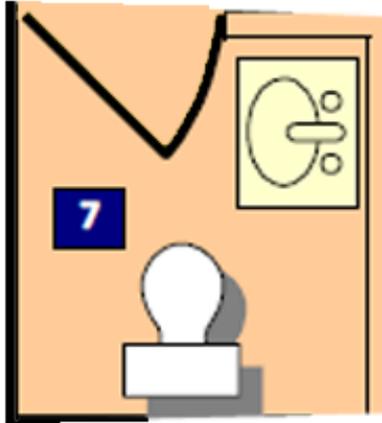


Figura 29 Baños

**Fuente:** Investigación de campo

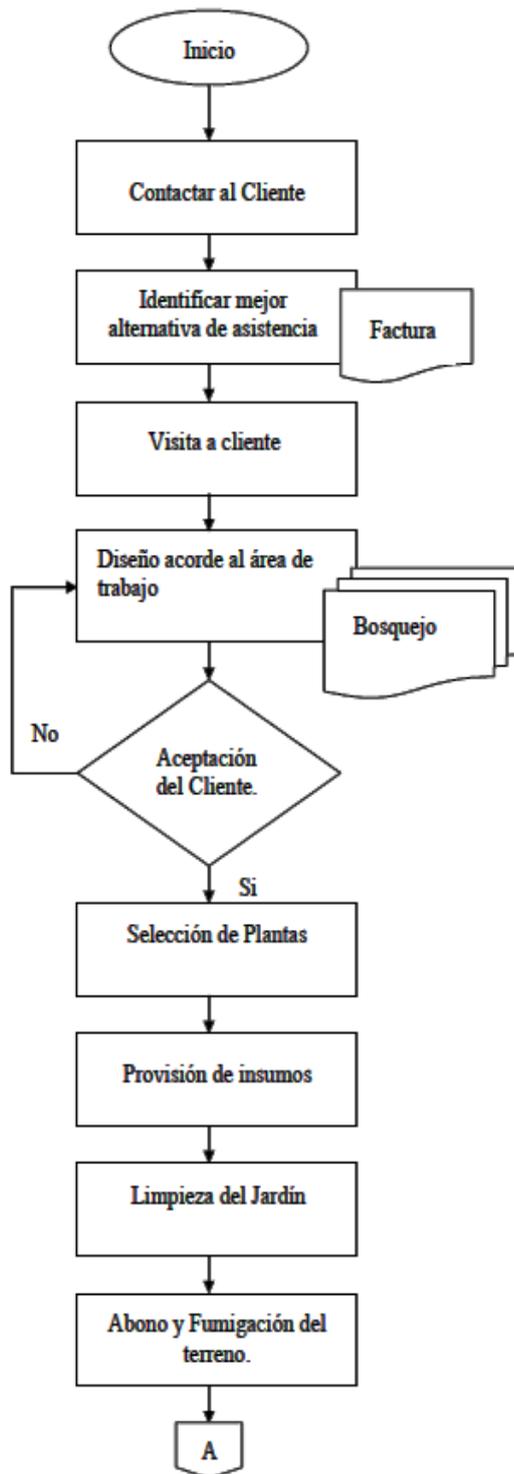
**Elaborado:** Manuel Fajardo

Existen dos baños adecuadamente instalados uno del área administrativos y el otro de bodega y mantenimiento.

### 4.03.03 Proceso Productivo

En este proceso se puede indicar todo el proceso de la prestación servicio.

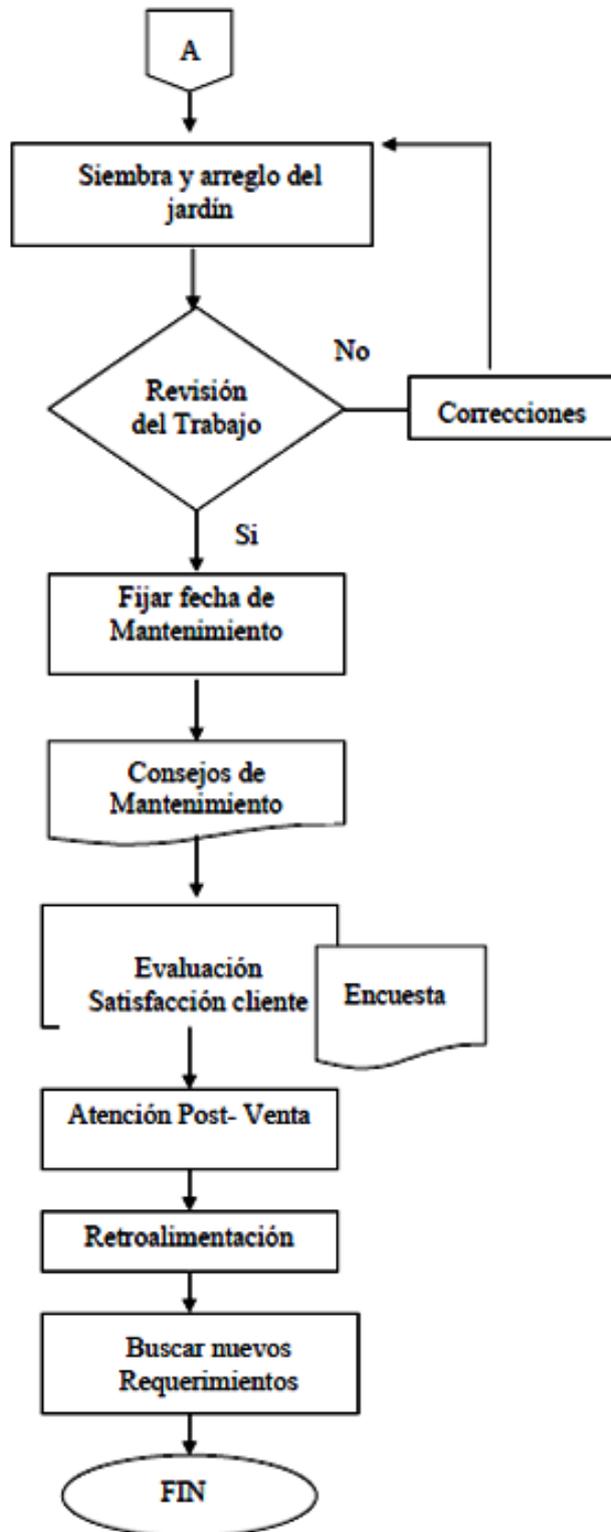
Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas. (urbina, 2010, pág. 95)



**Figura 30 Proceso Productivo**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 31 Proceso Productivo 2**  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Manuel Fajardo

#### 4.03.04 Determinación de Maquinaria y Equipo

En la siguiente tabla se detalla todas las máquinas y herramientas que se utilizarán para el desarrollo del servicio de diseño y mantenimiento de jardines estos son activos fijos del proyecto que permiten realizar las actividades de manera eficiente.

Tabla 33 Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
<b>Máquina de cortar césped</b>	1	\$500,00	\$500,00
<b>Moto guadaña</b>	1	\$480,00	\$480,00
<b>Carretilla</b>	1	\$150,00	\$150,00
<b>Rastrillos</b>	2	\$8,00	\$16,00
<b>Palas jardineras</b>	2	\$15,00	\$30,00
<b>Tijeras</b>	3	\$15,00	\$45,00
<b>Escalera (Pata de Gallo)</b>	1	\$150,00	\$150,00
<b>Total Maquinaria y Equipo</b>		\$1.303,00	\$1.356,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 32 Máquina de Cortar Césped**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 33 Moto Guadaña**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 34 Carretilla**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 35 Rastrillos**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



**Figura 36 Palas Jardineras**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo



Figura 37 tijeras de jardinería  
**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado:** Manuel Fajardo



Figura 38 Escalera Jardinera  
**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado:** Manuel Fajardo

## Muebles y Enceres

Tabla 34 muebles y enceres

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
<b>Escritorio</b>	3	\$84,00	\$252,00
<b>Mesas</b>	1	\$45,00	\$45,00
<b>Sillas</b>	5	\$25,00	\$125,00
<b>Archivadores</b>	2	\$60,00	\$120,00
<b>Mesa de trabajo</b>	1	\$75,00	\$75,00
<b>Total Muebles y Enceres</b>		\$289,00	\$677,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

## Equipo de Oficina

Tabla 35 Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
<b>Teléfono</b>	1	\$25,00	\$25,00
<b>Grapadora</b>	2	\$2,50	\$5,00
<b>Perforadora</b>	2	\$1,50	\$3,00
<b>Calculadora</b>	2	\$5,00	\$10,00
<b>Total Equipo de Oficina</b>		\$34,00	\$47,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

## Equipo de Computación

Tabla 36 Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
<b>Laptop</b>	1	\$425,00	\$425,00
<b>Impresora</b>	1	\$70,50	\$70,50
<b>Total Equipo de Computación</b>		\$495,50	\$495,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

## Materiales

Tabla 37 Materiales

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
<b>Guantes de Caucho</b>	1	\$1,50	\$1,50
<b>Gasolina</b>	1(Galón)	\$2,15	\$2,15
<b>Piola para Moto guadaña</b>	1	\$4,50	\$4,50
	0	\$0,00	\$0,00
<b>Total Maquinaria y Equipo</b>		\$8,15	\$8,15

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

En los cuadros detallados anteriormente se indica toda la maquinaria, muebles y enceres, materiales, etc. Que se necesita para el funcionamiento del proyecto donde también se puede observar la inversión que se debe hacer.

## CAPÍTULO V

### 5. Estudio Financiero

Este estudio financiero demostrará la viabilidad del proyecto, utilizando las siguientes herramientas a través de la aplicación de diferentes herramientas financieras como: el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Costo – Beneficio y el Periodo de Recuperación, y de igual forma en este capítulo nos presenta estados financieros con cifras consolidadas que nos sirve para medir la rentabilidad.

Según menciona: (ILPES, 2006) “Es el análisis financiero del proyecto, comprende la inversión, la proyección de los ingresos, gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución” (pág. 121)

## 5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales

### 5.01.01 Ingresos Operacionales

“Son los provenientes del desarrollo del objetivo social de la entidad, comprende los valores recibidos o causados como resultado de las actividades desarrolladas en el cumplimiento del objetivo mediante entrega de bienes y servicios.” (J, 2016)

Son ingresos de acuerdo al giro del negocio estos serán calculados anualmente y así obtener proyecciones, y se toma como referencia la capacidad instalada, la siguiente tabla elaborada por diversas investigaciones realizadas por el investigador.

**Tabla 38** Calculode ingresos

CALCULO DE LOS INGRESOS	
DESCRIPCION	BANDEJA PEQUEÑA
Sector Valle de los Chillos-conocoto	47.421,00
Aceptación	89,82%
<b>TOTAL DE ACEPTACIÓN</b>	<b>42.593,54</b>
Aceptacion del servicio %	85%
<b>TOTAL DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO</b>	<b>36.144,88</b>
Frecuencia de compra mensual	12
<b>Total clientes potenciales anual</b>	<b>433.739</b>
Clientes Potenciales %	0,5%
<b>Total anual ventas en unidades</b>	<b>2.080</b>
Precio	40
<b>Total ingresos anuales por articulo</b>	<b>83.208,41</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### 5.01.02 Ingresos No operacionales

Son aquellos ingresos que no se encuentran relacionados con el giro de negocio, en el presente proyecto no se obtiene ingresos no operacionales

### 5.02 Costos

Según señala que: (J, 2016) “Aquellos que se calculan antes de la elaboración del producto y en ocasiones durante la producción del mismo. Un objetivo inicial de los costos fue el de tener una base para cotizar precios de venta.”

#### 5.02.01 Costos Directos

Según dice: (Gonzalo Sinisterra V., 2007) “Son aquellos que son fácil y físicamente identificables con la unidad de producto o servicio”

En el proyecto se encuentra los como costos directos a la mano de obra que es indispensable para ofrecer el servicio de mantenimiento de jardines

Tabla 39 Costos Directos

CARGO	Mano de Obra Directa						VALOR ANUAL
	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VALOR MENSUAL	
Supervisor	500,00	60,75	41,67	31,25		633,67	7.604,00
Asistente de servicios 1	400,00	48,60	33,33	31,25		513,18	6.158,20
Asistente de servicios 1	400,00	48,60	33,33	31,25		513,18	6.158,20
Asistente de servicios 1	400,00	48,60	33,33	31,25		513,18	6.158,20
Asistente de servicios 1	400,00	48,60	33,33	31,25		513,18	6.158,20
<b>TOTAL SUELDO</b>	<b>2.100,00</b>	<b>255,15</b>	<b>175,00</b>	<b>156,25</b>	<b>0,00</b>	<b>2.686,40</b>	<b>32.236,80</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

En la tabla se observa los salarios de los operarios también se considera el décimo cuarto, décimo tercero, vacaciones fondos de reserva y aporte patronal de 11,15%. El salario estipulado está de acuerdo a la tabla salarial mínima sectorial.

### 5.02.02 Costos Indirectos

Según (Gonzalo Sinisterra V., 2007)“Los costos indirectos son aquellos que se deben primero acumular para luego asignarlos a la unidad pertinente.”

Son aquellos costos que no influyen directamente en el proceso de un producto o en la prestación del servicio.

Tabla 40 Costos Indirectos

Costos Indirectos		
Descripción	MENSUAL	ANUAL
<b>Agua Potable</b>	25,00	300,00
<b>Luz Eléctrica</b>	20,00	240,00
<b>doble pack claro telefonía/internet</b>	25,00	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>70,00</b>	<b>840,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Nota:** En la tabla se puede observar los costos indirectos que se genera tanto mensual como anualmente.

### 5.02.03 Gastos Administrativos

Son todos los gastos relacionados con la función administrativa de la empresa, se toman en consideración remuneraciones..

Tabla 41 Gastos Administrativos

Gastos administrativos							
CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1Administrador	800,00	97,20	66,67	31,25		995,12	11.941,40
<b>TOTAL SUELDO</b>	<b>800,00</b>	<b>97,20</b>	<b>66,67</b>	<b>31,25</b>	<b>0,00</b>	<b>995,12</b>	<b>11.941,40</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Nota:** En la tabla podemos observar que los salarios de la área administrativa comprende una persona y se realiza los respectivos cálculos acorde a la ley.

#### 5.02.04 Gasto de Venta

Son todos los rubros que intervienen en la comercialización de bienes o servicios, promociones es decir cómo se da a conocer el producto en el mercado.

Tabla 42 Gasto de Venta

GASTOS DE VENTAS		
Detalle	Mensual	Anual
<b>Publicidad en Radio</b>	<u>25,00</u>	<u>900,00</u>
<b>Página Web</b>	<u>20,00</u>	<u>240,00</u>
<b>Artículos Promocionales llaveros y esferos</b>	<u>25,00</u>	<u>300,00</u>
<b>Total</b>	<b><u>70,00</u></b>	<b><u>1440,00</u></b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Nota:** El costo de venta del proyecto es de \$ 70,00 mensualmente y asciende anualmente a \$ 1440,00 estos rubros permitirán mejorar la comercialización del servicio.

### **5.02.05 Gastos Financieros**

En los gastos financieros se encuentra interés y obligaciones con pagos de deuda estas se producen por operaciones comerciales realizadas.

Según (Padilla, 2014) menciona: “Se entiende por gastos financieros todas aquellas comisiones e intereses cobrados por los bancos o cualquier otra entidad por utilizar su dinero prestado o servicios financieros.” (pág. 155)

### **5.02.06 Costos Fijos y Variables**

Son aquellos valores que tienen la posibilidad de sufrir y no sufrir una fluctuación. Los costos fijos son pagos que se realizan sin importar que la empresa produzca, al contrario de los costos variables que dependen del volumen de producción.

## **5.03 Inversiones del Proyecto**

“Invertir es renunciar a unas satisfacciones inmediatas y ciertas a cambio de unas expectativas, es decir, de unas esperanzas de beneficios futuros.” (Padilla, 2014)

### **5.03.01 Inversión Fija**

La inversión a realizar para la creación de la microempresa “Eco Jardines” se financiará con recursos propios y de terceros los cuales están distribuidos de la siguiente manera.

### **5.03.01.01 Activos Fijos**

Son todos los bienes de la empresa como herramientas y maquinarias necesarias para el diseño y mantenimiento de jardines

Según (Charles T. Horngren, 2003) indica que: “Son los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículo, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasiona problemas a sus actividades productivas.” (pág. 143)

### **5.03.01.02 Activos Nominales**

Según (urbina, 2010) menciona: “Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento y que incluye: patentes de invención, marcas, asistencia técnica y etc.” (pág. 143)

### **5.03.02 Capital de Trabajo**

Según (urbina, 2010) dice: “Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, esto es, hay que financiar la primera producción.” (pág. 145)

Tabla 43 Capital de Trabajo

<b>Capital de trabajo</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
<b>Sueldo Personal Administración</b>	11.044,55
<b>Suministros de Oficina</b>	45,00
<b>Arriendos</b>	450,00
<b>Suministros de Limpieza</b>	75,00
<b>Agua Potable</b>	75,00
<b>Luz Electrica</b>	60,00
<b>doble pack claro telefonia/internet</b>	75,00
<b>Mantenimiento</b>	600,00
<b>Insumos y materiales</b>	900,00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
<b>Publicidad en Radio</b>	75,00
<b>Pagina Web</b>	60,00
<b>Articulos Promocionales llaveros y esferos</b>	75,00
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>13.534,55</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Nota:** para el presente proyecto se considera como capital de trabajo el valor de 13.534,55 lo cual es necesario para constituirse.

### 5.03.03 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Es el informe global de la inversión en activos fijos, diferidos y capital de trabajo del proyecto de esta manera se determina si es capital propio o de una fuente de financiamiento.

Tabla 44 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

<b>CUADRO FUENTES Y USO DE LA INVERCIONES</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Uso de fondos</b>	<b>R. PROPIOS</b>	<b>R. FINANCIADOS</b>
<b>Inverciones en Activos Fijos</b>			
<b>Vehiculo</b>	15.000,00		15.000,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	8.417,00	8.417,00	
<b>Muebles y Enceres</b>	533,00	533,00	
<b>Equipo de Computación</b>	615,00	615,00	
<b>Equipo de Oficina</b>	43,00	43,00	
<b>Total de Activos Fijos</b>	<b>24.608,00</b>	<b>9.608,00</b>	<b>15.000,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>			
<b>Gasto de Constitución</b>	120,00	120,00	
<b>Estudio de Factibilidad</b>	300,00	300,00	
<b>Total de Activos Diferidos</b>	<b>420,00</b>	<b>420,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Capital de trabajo</b>			
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>Sueldo Personal Administración</b>	11.044,55	11.044,55	
<b>Suministros de Oficina</b>	45,00	45,00	
<b>Arriendos</b>	450,00	450,00	
<b>Suministros de Limpieza</b>	75,00	75,00	
<b>Agua Potable</b>	75,00	75,00	
<b>Luz Electrica</b>	60,00	60,00	
<b>doble pack claro telefonia/internet</b>	75,00	75,00	
<b>Mantenimiento</b>	600,00	600,00	
<b>Insumos y materiales</b>	900,00	900,00	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>			
<b>Publicidad en Radio</b>	75,00	75,00	
<b>Pagina Web</b>	60,00	60,00	
<b>Articulos Promocionales llaveros y esferos</b>	75,00	75,00	
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>13.534,55</b>	<b>13.534,55</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL DE INVERCIÓN</b>	<b>38.562,55</b>	<b>23.562,55</b>	<b>15.000,00</b>
<b>PARTICIPACIÓN</b>	<b>100%</b>	<b>61%</b>	<b>39%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

**Nota:** En la tabla se detalla la inversión total que incluye activo fijo, activos diferidos y el capital de trabajo que ascienden a \$ 38.562,55, lo necesario para constituir la empresa contando con un 61% de recursos propios y la diferencia con financiamiento externo del 39% cubriendo así el total de la inversión.

#### 5.03.04 Amortización de Financiamiento

Tabla 45 Amortización de Financiamiento

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Periodo	Saldo	Interés	Cuota	Capital	Saldo
			Fija		Insoluto
0	15.000,00	0,00	0,00	0,00	15.000,00
1	15.000,00	70,19	662,21	592,02	14.407,98
2	14.407,98	67,42	662,21	594,79	13.813,18
3	13.813,18	64,63	662,21	597,58	13.215,61
4	13.215,61	61,84	662,21	600,37	12.615,24
5	12.615,24	59,03	662,21	603,18	12.012,06
6	12.012,06	56,21	662,21	606,00	11.406,05
7	11.406,05	53,37	662,21	608,84	10.797,21
8	10.797,21	50,52	662,21	611,69	10.185,52
9	10.185,52	47,66	662,21	614,55	9.570,97
10	9.570,97	44,78	662,21	617,43	8.953,55
11	8.953,55	41,90	662,21	620,31	8.333,23
12	8.333,23	38,99	662,21	623,22	7.710,02
13	7.710,02	36,08	662,21	626,13	7.083,88
14	7.083,88	33,15	662,21	629,06	6.454,82
15	6.454,82	30,20	662,21	632,01	5.822,81
16	5.822,81	27,25	662,21	634,96	5.187,85
17	5.187,85	24,27	662,21	637,94	4.549,91
18	4.549,91	21,29	662,21	640,92	3.908,99
19	3.908,99	18,29	662,21	643,92	3.265,07
20	3.265,07	15,28	662,21	646,93	2.618,14
21	2.618,14	12,25	662,21	649,96	1.968,18
22	1.968,18	9,21	662,21	653,00	1.315,18
23	1.315,18	6,15	662,21	656,06	659,13
24	659,13	3,08	662,21	659,13	0,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Nota:** En la tabla anterior se puede observar el valor de la cuota fija a pagar por 24 meses que dura el préstamo

### 5.03.05 Depreciaciones

Los activos fijos con el tiempo y el uso, van perdiendo su valor inicial de compra, en los cuales se encuentran equipo de oficina, equipo de computación, muebles y enseres, maquinaria y vehículo.

Tabla 46 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Vehículo</b>	15.000,00	5	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
<b>Maquinaria y Herramienta</b>	8.417,00	10	841,70	841,70	841,70	841,70	841,70
<b>Muebles y Enseres</b>	533,00	10	53,30	53,30	53,30	53,30	53,30
<b>Equipos de Oficina</b>	43,00	10	4,30	4,30	4,30	4,30	4,30
<b>Equipos de Computación</b>	615,00	3	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00
<b>TOTAL</b>	<b>24.608,00</b>		<b>4.104,30</b>	<b>4.104,30</b>	<b>4.104,30</b>	<b>4.104,30</b>	<b>4.104,30</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Nota:** En el cuadro de depreciaciones se puede evidenciar que se tiene un depreciación anual de 4.104,30 entre vehículo, equipos de oficina, equipos de computación y maquinaria y herramientas.

### 5.03.06 Estado de Situación Inicial

Tabla 47 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL	
<b>ACTIVOS</b>	
Activo Corriente	<b>13.534,55</b>
<b>Bancos</b>	13.534,55
Activo no Corriente	<b>25.028,00</b>
<b>Maquinaria y Equipo</b>	8.417,00
<b>Vehículo</b>	15.000,00
<b>Muebles y Enceres</b>	533,00
<b>Equipo de Computación</b>	615,00
<b>Equipo de Oficina</b>	43,00
<b>Gasto de Constitución</b>	120,00
<b>Estudio de Factibilidad</b>	300,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>38.562,55</b>
<b>PASIVOS</b>	
Pasivos no Corrientes	<b>15.000,00</b>
<b>Prestamo Bancario por pagar</b>	15.000,00
<b>PATRIMONIO</b>	<b>23.562,55</b>
<b>Capital</b>	23.562,55
<b>TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>	<b>38.562,55</b>
GERENTE	CONTADOR

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### 5.02.07 Estado de Resultados

Tabla 48 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIOS PRESTADOS	83.208,41	84.531,42	85.875,47	87.240,89	88.628,02
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>55.624,74</b>	<b>55.841,27</b>	<b>57.456,40</b>	<b>59.369,70</b>	<b>61.346,71</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	53.298,20	53.879,15	55.673,33	57.527,25	59.442,91
<b>Gastos de Ventas</b>	1.670,00	1.725,61	1.783,07	1.842,45	1.903,80
<b>Gastos Financieras</b>	656,54	236,50	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>27.583,67</b>	<b>28.690,15</b>	<b>28.419,07</b>	<b>27.871,19</b>	<b>27.281,31</b>
<b>Otros Ingresos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Otros Egresos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad A.P.E.I.</b>	<b>27.583,67</b>	<b>28.690,15</b>	<b>28.419,07</b>	<b>27.871,19</b>	<b>27.281,31</b>
<b>15 % Participación Laboral</b>	4.137,55	4.303,52	4.262,86	4.180,68	4.092,20
<b>Utilidad Antes de I.R.</b>	<b>23.446,12</b>	<b>24.386,63</b>	<b>24.156,21</b>	<b>23.690,51</b>	<b>23.189,11</b>
<b>Impuesto a la Renta PNOC</b>		0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Neta</b>	<b>23.446,12</b>	<b>24.386,63</b>	<b>24.156,21</b>	<b>23.690,51</b>	<b>23.189,11</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

### 5.02.08 Flujo de Caja

Tabla 49 flujo de caja

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIOS PRESTADOS	83.208,41	84.531,42	85.875,47	87.240,89	88.628,02
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>55.624,74</b>	<b>55.841,27</b>	<b>57.456,40</b>	<b>59.369,70</b>	<b>61.346,71</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	53.298,20	53.879,15	55.673,33	57.527,25	59.442,91
<b>Gastos de Ventas</b>	1.670,00	1.725,61	1.783,07	1.842,45	1.903,80
<b>Gastos Financieras</b>	656,54	236,50	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>27.583,67</b>	<b>28.690,15</b>	<b>28.419,07</b>	<b>27.871,19</b>	<b>27.281,31</b>
<b>Otros Ingresos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Otros Egresos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad A.P.E.I.</b>	<b>27.583,67</b>	<b>28.690,15</b>	<b>28.419,07</b>	<b>27.871,19</b>	<b>27.281,31</b>
<b>15 % Participación Laboral</b>	4.137,55	4.303,52	4.262,86	4.180,68	4.092,20
<b>Utilidad Antes de I.R.</b>	<b>23.446,12</b>	<b>24.386,63</b>	<b>24.156,21</b>	<b>23.690,51</b>	<b>23.189,11</b>
<b>Impuesto a la Renta PNOC</b>		0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Neta</b>	<b>23.446,12</b>	<b>24.386,63</b>	<b>24.156,21</b>	<b>23.690,51</b>	<b>23.189,11</b>
<b>Depreciaciones</b>	4.104,30	4.104,30	4.104,30	4.104,30	4.104,30
<b>Amortizaciones</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>EXCEDENTE OPERACIONAL</b>	<b>27.550,42</b>	<b>28.490,93</b>	<b>28.260,51</b>	<b>27.794,81</b>	<b>27.293,41</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Manuel Fajardo

El flujo de caja detallado en la anterior tabla nos permitirá determinar los fondos que la empresa dispone en efectivo para cubrir el costo del proyecto.

### 5.03 Evaluación Financiera

#### 5.03.01 Tasa de descuento

“La tasa de descuento o tipo de descuento o coste de capital es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.” (Alfredo Rocafort Nicolau, 2010)

$$TMAR = i + f + (i \times f)$$

i = inflación  
f = costo de oportunidad

Tabla 49 Tasa de descuento

TMAR =	0,0109 + 0,0875+ ( 0,0109 X 0,0875 )
TMAR =	0,0984+ (0,0095375)
TMAR =	<b>0,0994</b>
TMAR =	<b>9,94%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

#### Análisis:

La Tmar muestra la tasa mínima aceptable del rendimiento de la inversión, teniendo una tasa de 9,94%. Para el retorno de la inversión.

#### 5.03.02 VAN

El van es un indicador financiero el cual nos muestra la viabilidad del proyecto midiendo los flujos de ingresos y egresos

Según (Loreto Fernández Fernández, 2010) dice: “El valor actual neto de un proyecto de inversión se define como el valor actual de todos los flujos generados por el proyecto a lo largo de su vida útil.”

**Formula:**

$$VAN = -I + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	38.562,55					
FLUJOS DE EFECTIVO		27.550,42	28.490,93	27.645,51	27.794,81	31.994,91

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -38.562,55 + \frac{27.550,42}{1,09935375} + \frac{28.490,93}{1,20857867} + \frac{27.645,51}{1,32865549} + \frac{27.794,81}{1,4606624} + \frac{31.994,91}{1,60578468}$$

$$VAN = -38.562,55 + 25.060,56 + 23.573,91 + 20.807,13 + 19.028,91 + 19.924,78$$

$$VAN = -38.562,55 + 108.395,30$$

$$VAN = 69.832,75$$

**Análisis:**

El valor actual neto en el proyecto es \$ 6.9832,75 de 5 años con una inversión de \$ 38.562,55 por lo que el indicador es aceptable.

### 5.03.03 TIR

Según (Loreto Fernández Fernández, 2010) señala que:

Tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión se define como aquel tipo de actualización o descuento que igualará el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización o descuento que iguala a cero el valor actual neto. (pág. 6)

#### Formula:

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= -P + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5} \\
 \text{VAN} &= -38.562,55 + \frac{27.550,42}{1,09935375} + \frac{28.490,93}{1,20857867} + \frac{27.645,51}{1,32865549} + \frac{27.794,81}{1,4606624} + \frac{31.994,91}{1,60578468} \\
 \text{TIR} &= 67,25\%
 \end{aligned}$$

**Nota:** Los resultados obtenidos arrojan un TIR de 67,25 % lo cual determina que el proyecto es rentable, de acuerdo a los criterios de decisión.

### 5.03.04 Periodo de Recuperación de la Inversión

Es un indicador financiero que permite conocer el periodo de recuperación de la inversión, es decir medir el tiempo que se requiere para que los flujos de efectivo recuperen su costo.

Para calcular el período de recuperación de la inversión se utiliza la siguiente

**Formula:**

Tabla 50 PRI

PERIODO DE RECUPERACION			
Periodo	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	1,00	-38.562,55	-38.562,55
1	0,91	25.060,56	-13.501,99
2	0,83	23.573,91	10.071,92
3	0,75	20.807,13	30.879,05
4	0,68	19.028,91	49.907,96
5	0,62	19.924,78	69.832,75

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES ACTUALIZADOS		
	Inversión a	
	Ingresos	Recuperar
<b>AÑO 2</b>	23.573,91	-13.501,99
<b>1 mes</b>	1.964,49	-11.537,50
<b>2 mes</b>	1.964,49	-9.573,01
<b>3 mes</b>	1.964,49	-7.608,51
<b>4 mes</b>	1.964,49	-5.644,02
<b>5 mes</b>	1.964,49	-3.679,53
<b>6 mes</b>	1.964,49	-1.715,03
<b>7 mes</b>	1.964,49	249,46
<b>8 mes</b>	1.964,49	2.213,95
<b>9 mes</b>	1.964,49	4.178,44
<b>10 mes</b>	1.964,49	6.142,94
<b>11 mes</b>	1.964,49	8.107,43
<b>12 mes</b>	1.964,49	10.071,92

PERIODO DE RECUPERACIÓN: 1 AÑOS Y 6 MESES PRVA
--

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

**Nota:** Mediante el cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión se determinó que en el estudio de factibilidad se estima recuperar la inversión en 1 años y 6 meses.

### 5.03.06 Punto de Equilibrio

Es el equilibrio entre ingresos y egresos de una empresa, es decir en este punto no existe ni pérdida ni ganancia, un nivel de producción neutral.

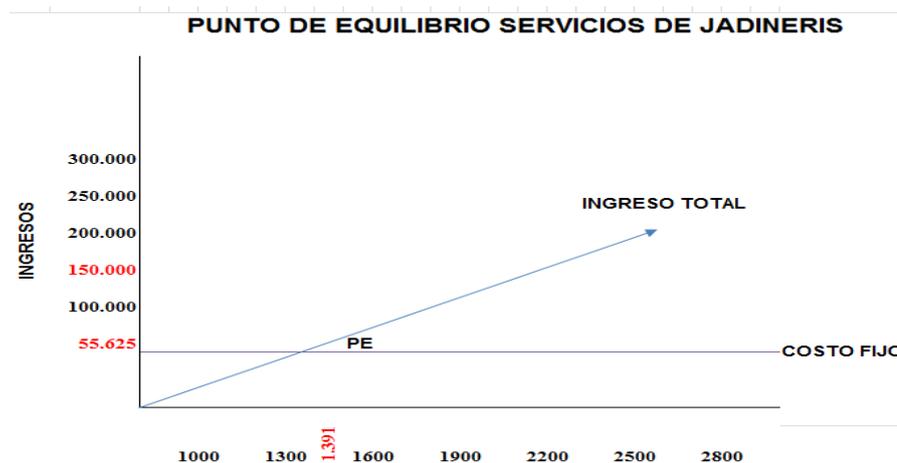
**Formula:**

$$PE = \frac{CF}{PV-CVU}$$

$$P.E. = \frac{CF}{P - CVU} = \frac{55.624,74}{40,00000} = 1.391 \text{ Unidades}$$

$$P.E. = 1.391 \times 40,00 = 55.624,74 \text{ Ventas}$$

ESTADO DE RESULTADOS	
VENTAS	55.624,74
Costo Variable	-
Margen de Contribución	55.624,74
Costos Fijos	55.624,74
Utilidad / Pérdida	-



**Figura 39 Punto de Equilibrio**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Manuel Fajardo

### 5.03.09 Análisis de Índices Financieros

Según (urbina, 2010) dice: “Un buen análisis financiero detecta la fuerza y los puntos débiles del negocio. Es claro esforzarse por mantener los puntos fuertes y corregir los puntos débiles antes que se causen problemas.” (pág. 189)

#### 5.03.09.01 Rendimientos sobre activos ROA

En este indicador se puede medir el rendimiento que puede generar el total de activos, ayuda a determinar si son eficientes para generar utilidad.

#### RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{23.446,12}{24.608,00}$$

$$\text{R.O.A} = 0,95$$

#### Análisis:

El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es de 0.95% este índice es aceptable.

### 5.03.09.02 Rendimientos sobre Patrimonio o Capital (ROE)

En este indicador se puede medir el rendimiento sobre el capital, es uno de los indicadores fundamentales a la hora de la toma de decisiones.

$$\begin{aligned} & \mathbf{R.O.E} \\ \mathbf{R.O.E} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \\ \mathbf{R.O.E} &= \frac{23.446,12}{23.562,55} \\ \mathbf{R.O.E} &= 0,99 \end{aligned}$$

#### Análisis:

La rentabilidad sobre el capital contable es menor de 0.99%, lo cual indica que está dentro de los parámetros establecidos y aceptable para el presente proyecto

## CAPÍTULO VI

### 6.01 Impacto Ambiental

Cuidar el medio ambiente es una razón fundamental de cada ser humano para vivir, cabe resaltar que las principales causas de destrucción del medio ambiente son la contaminación, la sobre explotación del suelo y explícitamente la deforestación, ya que en la actualidad las personas optan por la tala de árboles y plantas sin darse cuenta que las plantas son seres vivos que contribuyen al cuidado del medio ambiente

La microempresa Eco-jardines no ocasionara perjuicio alguno al medio ambiente ya que todo el servicio se ajusta a la ley de gestión ambiental y alineado al objetivo número siete del plan nacional del buen vivir (Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental) y por medio de una planificación, organización se instruirá al personal sobre el correcto manejo de los productos químicos y desechos contaminantes y no contaminantes.

## 6.02 Impacto Económico

El impacto económico por el proyecto será positivo porque generará nuevas plazas de empleo, ayudando al crecimiento del sector productivo y a su vez la disminución del desempleo, de esa forma se contribuirá al crecimiento económico de la población del Valle de los Chillos.

Al constituir nuevas microempresas las cuales sean autosustentables y tengan rentabilidad, el Estado automáticamente es un beneficiario al momento de recaudar impuestos que posteriormente van a ser invertidos en obras para el bien en común de la población.

## 6.04 Impacto Social

Para la microempresa Eco jardines es necesario tener acuerdos con pequeños jardineros, ayudándolos a que amplíen sus operaciones y aprovechen oportunidades forjando así un mejor futuro para ellos y sus familias. El impacto social está relacionado con las actividades que efectúa la microempresa, y como eso trascenderá en la sociedad con la gestión empresarial en el aumento de la productividad con tecnología, eficiencia e innovación constante, ofreciendo a los clientes un servicio de calidad con valores como honestidad y puntualidad.

El proyecto generará fuentes de empleo es decir ayudará a la disminución de la tasa de desempleo en el sector a posicionarse la microempresa, buscando sostenibilidad económica, además con el desarrollo y mejoramiento de la matriz productiva que influye en el crecimiento económico del país.

## CAPÍTULO VII

### 7.01 Conclusiones

- Con la implementación de la microempresa se busca incentivar el sector del jardinería local con un excelente servicio, y así conseguir un impacto beneficioso para el desarrollo de la sociedad.
  
- La fortaleza de “Eco jardines” está en saber cómo comercializar el servicio de diseño y mantenimiento de jardines con técnicas innovadoras, es un servicio que en poco tiempo da réditos económicos.
  
- En el proyecto se toma en consideración factores internos y externos, además estos fueron analizados dando como resultado que la propuesta de implementar una microempresa de diseño y mantenimiento de jardines es factible, el proyecto posee un gran potencial ya que en la actualidad las personas buscan formas para implementar espacios verdes (jardines).

- Luego de haber realizado un análisis se considera uno de los objetivos ingresar en el mercado local a la microempresa, es factible ya que se cuenta con los recursos necesarios y la aceptación del consumidor.
  
- Eco jardines contará con el suficiente espacio para efectuar sus actividades así como maquinaria y mano de obra, de esta manera ofertar un mejor servicio cumpliendo las expectativas de los clientes.
  
- Los proveedores hoy en día son esenciales para las microempresas, son elegidos para brindar materia prima o herramienta y maquinaria de buenas marcas y en el proyecto serán grandes empresas como ferrisariato y sthil. aportando al desarrollo de las microempresas.

## 7.02 Recomendaciones

- Manejar un control continuo, sobre la calidad, puntualidad del servicio y en la atención, siendo uno de los más importantes para mantener la fidelidad de nuestros clientes y la posibilidad de captar nuevos.
  
- Utilizar estrategias frente a la competencia, dando a conocer los múltiples beneficios al contratar un servicio que se maneja mensualmente con nuevas ideas innovadoras y promociones, provocando así que sean ofertas más atractivas para el cliente.

- Invertir permanentemente en nuevas herramientas para mejorar los procesos del servicio de mantenimiento de jardines, es decir mantenerse en un mejoramiento continuo para eliminar los tiempos muertos y así mejorar la productividad de la microempresa.
  
- La empresa debe capacitar y motivar a sus clientes internos, forjando la filosofía empresarial cada día, aportando al cumplimiento de objetivos y metas, logrando un desempeño eficaz y eficiente del talento humano.

## Bibliografía

- aceproject.org. (2014). Obtenido de aceproject.org:  
<http://aceproject.org/main/espanol/ei/eic.htm>
- 2016, M. S. (18 de 02 de 2016). *Gestión comercial y marketing*. Obtenido de Gestión comercial y marketing:  
[http://www.managementsolutions.com/site/esp/\\_320\\_Servicios.htm](http://www.managementsolutions.com/site/esp/_320_Servicios.htm)
- Alfredo Rocafort Nicolau, V. F. (2010). Contabilidad de costes. En V. F. Alfredo Rocafort Nicolau, *Contabilidad de costes* (pág. 280). España: Profit Editorial.
- BALLESTAS, D. T. (23 de 11 de 2016). *PROPUESTA DE PLANEACIÓN*. Obtenido de  
[http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma\\_negocios\\_working\\_papers/2013-v2-n2/05-kholer.pdf](http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2013-v2-n2/05-kholer.pdf)
- Charles T. Horngren, W. T. (2003). Contabilidad. En W. T. Charles T. Horngren, *Contabilidad* (pág. 644). Mexico: Pearson Educación.
- debitoor. (02 de 06 de 2015). *debitoor.es/glosario/definicion-proveedor*. Obtenido de [debitoor.es/glosario/definicion-proveedor](http://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor):  
<https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>
- Ecuador, B. C. (23 de 11 de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/inicio3>
- en-ecuador. (2015). *en-ecuador*. Obtenido de en-ecuador: <http://www.en-ecuador.com/cultura.php>
- euroamericano. (04 de 03 de 2013). *www.euroamericano.edu.ec*. Obtenido de [www.euroamericano.edu.ec](http://www.euroamericano.edu.ec):  
[www.euroamericano.edu.ec/contenido/.../Balanza%20comercial.docx](http://www.euroamericano.edu.ec/contenido/.../Balanza%20comercial.docx)
- gestiopolis. (01 de 03 de 2001). *gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com>: <http://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- GomezAM. (18 de 04 de 2008). *economia.unam*. Obtenido de [economia.unam](http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a):  
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a>
- Griffin, R. W. (2011). Administración. En R. W. Griffin, *Administración*. Mexico: Cengage learning Editores S.A.
- Guede, J. R. (2015). Marketing de relaciones. En J. R. Guede, *Marketing de relaciones* (pág. 486). Madrid: Editorial dykinson.

- Guede, J. R. (2015). Marketing de relaciones. En J. R. Guede, *Marketing de relaciones*. (pág. 486). madrid: editorial dykinson.
- <http://concepto.de>. (24 de 08 de 2015). *concepto.de*. Obtenido de concepto.de:  
<http://concepto.de/mision-y-vision/>
- ILPES. (2006). Guía para la presentación de proyectos. En ILPES, *ILPES Guía para la presentación de proyectos* (págs. 01-208). MEXICO: EDITORES Siglo XXI.
- J, T. L. (2016). Costos ABC y presupuestos. En T. L. J, *Costos ABC y presupuestos*. bogota: Ecoe Ediciones.
- Jones, H. y. (2008). Administración Estratégica un Enfoque Integrado. En H. y. Jones, *Administración Estratégica un Enfoque Integrado* (pág. 171).
- Loreto Fernández Fernández, S. F. (2010). La práctica de las finanzas de empresa. En S. F. Loreto Fernández Fernández, *La práctica de las finanzas de empresa* (pág. 406). españa: Delta Publicaciones.
- Loreto Fernández Fernández, S. F. (2010). La práctica de las finanzas de empresa. En S. F. Loreto Fernández Fernández, *La práctica de las finanzas de empresa* (pág. 406). españa: Delta Publicaciones.
- Menes, M. (23 de 11 de 2016). *Marketing 2.0*. Recuperado el 23 de 11 de 2016, de <http://mkt2punto0.blogspot.com/2012/11/analisis-situacional.html>
- Moncayo, J. R. (03 de 2015). *ecuadorencifras*. Obtenido de ecuadorencifras:  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Nassir, S. C. (2004). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. mexico: McGraw-Hill.
- Pablo, C. (2005). *Introducción a la estadística*. buenos aires.
- Padilla, M. C. (2014). Análisis financiero. En M. C. Padilla, *Análisis financiero* (pág. 424). Bogota: Ecoe Ediciones.
- Paul, L. (17 de 02 de 2007). *fundacionfuturo*. Obtenido de fundacionfuturo:  
[http://www.fundacionfuturo.cl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=38&Itemid=53](http://www.fundacionfuturo.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=38&Itemid=53)
- Pelachano, S. y. (18 de 05 de 2005). <http://tecnologiaedu.us.es>. Obtenido de <http://tecnologiaedu.us.es>:  
<http://tecnologiaedu.us.es/formate/curso/modulo9/411conceptodeentrevista.htm>

- Philip, K. (2004). El Marketing de Servicios Profesionales. En K. Philip, *El Marketing de Servicios Profesionales* (pág. 98). Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Polanco, G. S. (2007). Contabilidad Administrativa. En G. S. Polanco, *Contabilidad Administrativa* (pág. 256). Ecoe Ediciones.
- Romero, L. A. (2004). Marketing Social. Pearson Education. En L. A. Romero, *Marketing Social. Pearson Education*. Editorial Limusa S.A.
- significados. (18 de 05 de 2013). *significados.com*. Obtenido de *significados.com*:  
<http://www.significados.com/cliente/>
- urbina, G. b. (2010). evaluacion de proyectos . En G. b. urbina, *evaluacion de proyectos* (pág. 736). mexico : mcgrawhill companies.
- Wicksell, K. (2010). La tasa de interés y el nivel de los precios. En K. W. Wicksell, *La tasa de interés y el nivel de los precios* (pág. 369). Ediciones Aosta.

## Anexos

### Anexo 1 Maquinas

#### HUSQVARNA 7021P Cortador de césped motor Honda



#### Motoguadañas STIHL



## MOTOSIERRA STIHL MS 460



## ANEXO 2 PALAS Y RASTILLOS







## ANEXO 5: Modelo de la Encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"  
CARRERA ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA  
ENCUESTA

**Buenos días/ tardes.**

Soy estudiante del ITSCO me encuentro realizando una encuesta para determinar el margen de aceptabilidad del proyecto que estoy desarrollando para la obtención del título Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera.

**INSTRUCCIONES:** Señale con una **X** la opción que se adapte a su preferencia:

**1. ¿Posee un jardín o un espacio verde en su domicilio?**

SI

NO

**2. ¿Actualmente usted cuenta con una persona especializada para el mantenimiento del su jardín?**

SI

NO

**3. ¿Con qué frecuencia realiza el mantenimiento de su jardín?**

CADA 30 DÍAS

CADA 45 DÍAS

CADA 60 DÍAS

MÁS DE 60 DÍAS

**4. ¿Está satisfecho con el servicio de jardinería que recibe actualmente?**

SI

NO

**5. ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio periódico para el diseño y la conservación de su jardín con personal profesional?**

SI

NO

**6. ¿Conoce alguna empresa que oferte servicios de jardinería en el Valle de los Chillos?**

SI

NO

**7. ¿El costo del servicio que usted paga es?**

Alto

Accesible

Bajo

**8. ¿Cuál es el valor aproximado que paga por el servicio?**

\$50

\$40

\$20

**9. ¿Qué le gustaría obtener al momento de contratar este servicio?**

Variedad de Diseños

Mantenimiento Permanente

Personal Capacitado

Accesibilidad de Precios

**10. ¿Le gustaría que exista una empresa que oferte el servicio de diseño y mantenimiento de jardinería en el valle de los chillos?**

SI

NO

**GRACIAS**



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** tesis ecojardines con normas APA FINALIZADO.pdf (D30533844)  
**Submitted:** 2017-09-14 00:37:00  
**Submitted By:** michael\_prestig@hotmail.es  
**Significance:** 3 %

### Sources included in the report:

TESIS LISTO APA.pdf (D26741729)  
tesis alban katherine.doc (D30353259)  
jose carmona-proyecto final.pdf (D30272592)  
Michell Reyes.pdf (D30422062)  
tesis mercedes llumiquinga, corregido.pdf (D23584741)  
<http://www.jardinyplantas.com/paisajismo/>  
<https://www.ecured.cu/Paisajismo>  
<http://www.hectorlagomarsino.com/index.html>  
<http://docplayer.es/4302459-Universidad-internacional-del-ecuador.html>  
<http://docplayer.es/46051065-Carrera-de-administracion-bancaria-y-financiera.html>  
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/2374/1/IPR-15-16-0919969527.pdf>  
<http://concepto.de/mision-y-vision/>  
<http://www.significados.com/cliente/>

### Instances where selected sources appear:

25