



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE LA ALABORACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA QUE PRODUZCA Y COMERCIALICE FLORES DE
VERANO, UBICADA EN GUAYLLABAMBA PROVINCIA DE PICHINCHA

2018.

Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Tecnólogo en
Administración Banca y Finanzas

Autor: Tana Lescano Sergio Danilo

Director: Ing. KeyermanToapanta

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quito, 18 de Mayo del 2018

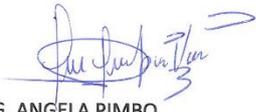
El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta) TANA LESCANO SERGIO DANILO de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue, APOYAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE UNA EMPRESA QUE PRODUZCA Y COMERCIALICE FLORES DE VERAN, UBICADO EN EL QUINCHE LA ESPERANZA 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. KEYERMAN TOAPANTA

Tutor del Proyecto

ING. SOCORRO TORRES

Lector del proyecto



ING. ANGELA PIMBO

Revisor de Proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN

Director de Escuela (E)



MSC. GEOVANNI URBINA

Coordinador Unidad de Titulación

DECLARATORIA

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



Sergio Danilo Tana Lescano

CC: 1003279401

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Tana Lescano Sergio Danilo** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1003279401** 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 aplicará 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 Aportar al Sector productivo mediante la Creación de una Microempresa que produzca y comercialice Flores de Verano, Ubicada en Guayllabamba Provincia de Pichincha, 2018 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Sergio Danilo Tana Lescano

CEDULA

CC: 1003279401

Quito, 31 de mayo de 2018

AGRADECIMIENTOS

A dios que me concedió la vida y me eligió desde el vientre de mi madre, el que ha sido mi padre, mi todo, el que ha estado en todo momento me ilumino en este camino, y me ha brindado las fuerzas necesarias para seguir adelante y poder cumplir mis objetivos.

A mi madre que por ser su impulso y amor, me enseñó a perseguir mis sueños, ser el mejor y nunca darme por vencido, formando como un hombre de bien.

A mis abuelitos que siempre han estado junto a mí en los buenos y en los malos momentos de mi vida, apoyándome y alentándome para terminar todas las metas que me he propuesto.

A los docentes que han puesto su dedicación y tiempo en estos semestres enseñándome valores y principios morales que serán siempre de mucha ayuda en el área en donde me vaya a desenvolver.

A todas las personas que han formado parte de mi vida , con las cuales he vivido momentos de alegría y tristeza, pero sobre todo han estado siempre conmigo mostrándome los defectos y sus virtudes para ser una excelente persona, con calidad humana y ética profesional.

DEDICATORIA

A Dios por a verme dado la fuerza suficiente para seguir adelante, recuerdo todos esos momentos que viví, de estrés y tristeza, gracias por darme salud y por no permitirme decaer en los momentos más difíciles de mi vida

A mi madre por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

ÍNDICE

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	i
ÍNDICE DE FIGURAS.....	v
ÍNDICE DE ANEXOS.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I.....	1
1.0.1 Justificación	1
1.0.2 Antecedentes.....	3
CAPÍTULO II	5
2.0 Análisis situacional.....	5
2.1 Ambiente externo	5
2.01.01.01 PIB (Producto Interno Bruto).....	7
2.01.01.04 Tasa Activa.....	9
2.01.01.05 Tasa Pasiva	10
2.01.01.06 Tasa de Desempleo.....	10
2.01.01.07 Balanza de Pagos	11

2.01.01.08 Déficit Público.....	12
2.01.02 Factor Social.....	12
2.01.03. Poblacional	12
2.01.04 Población Económicamente Activa (PEA)	13
2.01.04 Factor Legal.....	14
2.01.0.0.1 Permiso de Funcionamiento	14
2.01.05. Factor Tecnológico.....	16
2.02 Entorno Local	17
2.02.01 Clientes	17
2.02.01.02 Proveedores	18
2.02.01.03 Competidores.....	18
Flores santa Mónica s.a.....	19
2.03.01 Propuesta Estratégica	19
2.03.01.01 Misión.....	20
2.03.01.02 Visión	20
2.03.01.03 Objetivos	20
2.03.01.04 Objetivo General	21
2.03.01.05. Objetivos Específicos	21
2.03.01.06 Principios y Valores	21
2.03.01.05.01 Principios	21
Eficiencia	22

Transparencia.....	22
Compromiso.....	22
Responsabilidad	22
2.03.01.05.02 Valores.....	22
Respeto.....	22
Responsabilidad.....	23
Honestidad	23
Persistencia	23
Disciplina.....	23
2.03.02 Gestión Administrativa.....	23
2.03.02.01 Planificación	24
2.03.02.02 Organización	25
2.03.02.03 Organigrama Estructural	25
2.03.03 Gestión Operativa.....	30
Cadena de valor	30
Logística interna	31
Producción	31
Logística externa.....	32
Marketing.....	32
Servicio Pos-venta	32
Infraestructura.....	32

Gestión Financiera	33
2.03.04 Gestión Comercial	33
2.03.05 Producto.....	34
2.03.06 Precio	34
2.03.07 Plaza	35
2.03.08 Publicidad.....	35
2.04 Análisis FODA	36
CAPÍTULO III.....	38
ESTUDIO DE MERCADO.....	38
3.01 Análisis del consumidor.....	38
3.01.01Objetivos del estudio de mercado	38
3.01.02Segmentación de mercado	39
3.01.0.01Determinación de población y muestra	39
3.01.10.02Formula de la muestra.....	40
Investigación de preferencia a Empresas Florícolas.....	41
3.01.02Técnicas de obtención de información	43
Entrevista	43
Observación	43
Encuesta	43
3.01.03 Análisis de la información	44
3.04 Oferta	53
3.04.01 Oferta Histórica.....	54

3.04.02 Oferta Proyectada	54
3.05 Demanda	55
3.05.01 Demanda Histórica	55
3.05.02 Demanda Proyectada	56
3.06 Balance Oferta y Demanda	56
3.06.01 Balance Actual	56
3.06.02 Balance Proyectado.....	57
CAPÍTULO IV	58
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	58
4.01 Tamaño del Proyecto	59
4.01.01 Capacidad Instalada	59
4.01.02.01 Variable de Viabilidad	59
4.01.02 Capacidad Óptima.....	60
4.02 Localización.....	60
4.02.01 Macro Localización	61
4.02.02 Micro – Localización	61
4.02.03 Localización optima.....	62
4.03 Ingeniería del Proyecto	63
4.03.01 Definición del producto y servicio.....	64
SERVICIO	64
4.04.01 Razones de cercanía (simbología)	64
<i>Tabla 23 Simbología Razones de Cercanía</i>	<i>64</i>

4.04.02 Matriz Cruzada SLP.....	66
4.04.04 Distribución de la planta	66
4.04.05 Proceso productivo	67
4.05 Determinación de Mobiliario y Equipo	69
4.05.01 Proveedores de Mobiliario y Equipo	70
CAPÍTULO V	71
Estudio Financiero.....	71
5.01 Ingresos operacionales y no operacionales.....	71
5.02 Costos.....	72
5.02.01 Costos directos	73
5.02.01.01 Mano de Obra Directa (MOD).....	74
5.02.02 Costos Indirectos.....	74
5.02.03 Gastos Administrativos.....	75
5.02.04 Costo de ventas	76
5.02.05 Costos financieros.....	76
5.02.05 Costos fijos y variables	76
5.02 Inversiones	77
5.02.01 Inversión Fija	78
5.02.01.01 Activos fijos.....	78
5.02.01.02 Activos nominales.....	79
5.02.02 Capital de trabajo	79
5.02.03 Fuentes de financiamiento y usos de fondo.....	80

5.02.04 Amortizaciones	80
5.02.05 Depreciaciones	80
5.02.06 Estado de situación inicial	81
5.02.07 Estado de resultados proyectado	82
5.02.08 Flujo de caja	83
5.03 EVALUACION	83
5.03.01 TMAR (Tasa de descuento)	83
5.03.02 VAN (Valor actual neto)	84
5.03.03 TIR	85
5.03.04 PRI (Periodo de la recuperación de la inversión)	86
5.03.05 Relación costo beneficio (RBC)	87
5.03.06 Punto de equilibrio	88
5.03.07 Análisis de índices financieros	89
5.04.01 Razón de endeudamiento	90
5.04.02 ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio)	90
5.04.03 ROA (Rentabilidad del activo)	90
5.04.04 ROI (Retorno de la inversión)	91
CAPITULO VI	92
6.1 Impacto Ambiental	92
Soluciones:	92
Ahorro de energía	93
Uso eficiente del agua	93

Gestión de residuos	93
6.02 Impacto Económico	93
6.03 Impacto Productivo	94
6.04 Impacto Social	94
CAPÍTULO VII	96
7.0 Conclusiones y Recomendaciones	96
7.01 Conclusiones	96
7.02 Recomendaciones	97
BIBLIOGRAFIA	99
ANEXOS	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: PIB	9
Tabla 2: Inflación	10
Tabla: 3 Riesgo País.....	11
Tabla 4: Tasa Activa	12
Tabla 5: Tasa Pasiva.....	13
Tabla 6: Tasa De Desempleo	14
Tabla 7: Balanza De Pagos	16
Tabla 8: Crecimiento Poblacional.....	17
Tabla 9: Población Económicamente Activa (PEA	18
Tabla 10: Clientes	23
Tabla 11: Proveedores.....	25
Tabla 13 Competidores	26
Tabla 12 Cronograma de Actividades.....	32
Tabla 14 Perfil del cargo: Administrador General.....	35
Tabla 16 Perfil del cargo: Ingeniero Agrónomo	36
Tabla 17 Perfil del cargo: Obrero.....	32
Tabla 20. Análisis de oportunidades y amenazas.....	38

Tabla 21: Técnicas información de obtención	39
Tabla 34 Oferta Histórica.....	44
Tabla 35 Oferta Proyectada.....	45
Tabla 36 Demanda Histórica.....	47
Tabla 37 Demanda Proyectada.....	53
Tabla 38 Balance Actual	67
Tabla 39 Balance Proyectado.....	68
Tabla 38 Mobiliario y Equipo Requerido	69
Tabla 39 Capacidad Instalada	70
Tabla 42 Capacidad Óptima.....	72
Tabla 43 Macro Localización.....	73
Tabla 44 Análisis Instalación Adecuada	77
Tabla 45 Simbología Razones de Cercanía.....	78
Tabla 29 Simbología del Diagrama de Flujo Metodología (ANS)	82
Tabla 30 Flujo grama del Proceso de Producción.....	83
Tabla 47 Maquinaria y Equipo.....	85
Tabla 48 proveedores	86
Tabla 48 Ingresos	87
Tabla 49 Materia prima.....	88

Tabla 50 Costos indirectos de fabricación	90
Tabla 51 Mano de Obra Directa.....	90
Tabla 52 Costos Indirectos.....	91
Tabla 53 Gastos Administrativos	91
Tabla 54 Costo de ventas	92
Tabla 54 Costos financieros	93
Tabla 55 Costos fijos y variables	94
Tabla 56 cuadro de inversiones.....	95
Tabla 57 Activos fijos	96
Tabla 58 Capital de trabajo	97
Tabla 59 Amortizaciones	98
Tabla 60 Depreciaciones	99
Tabla 61 Estado de situación inicial.....	100
Tabla 62 Estado de resultados proyectado	100
Tabla 63 Flujo de caja	101
Tabla 64 Tasa de descuento	102
Tabla 65 Valor actual neto	103
Tabla 66 Periodo de la recuperación de la inversión	104
Tabla 67 Relación costo beneficio	105

Tabla 68 Punto de equilibrio	106
------------------------------------	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Producto interno bruto (PIB)	7
Figura 2 Inflación	8
Figura 3 Riesgo país	9
Figura 4 Tasa activa	9
Figura 5 Tasa pasiva.....	10
Figura 6 Tasa desempleo.....	11
Figura 7 Balanza de pagos	12
Figura 8 Población económicamente activa	14
Figura 9 Organigrama	27
Figura 10 Logotipo.....	34
Figura 11 Producto.....	35
Figura 12 Logotipo.....	34
Figura 13 Localización.....	36
Figura 14 Publicidad	37
Figura 15 Encuesta.....	49
Figura 16 Encuesta.....	50
Figura 17 Encuesta.....	51
Figura 18 Encuesta.....	52
Figura 19 Encuesta.....	53

Figura 20 Encuesta.....	54
Figura 21 Encuesta.....	55
Figura 22 Encuesta.....	
Figura 23 Encuesta.....	56

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N°1 Proceso de producción	106
ANEXO N°2	107
ANEXO N°3	108
ANEXO N°4	109
ANEXO N°5	110

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se basa en la factibilidad para la producción y comercialización de flores de verano la cual cuenta con diferentes variedades, en el cual se ha realizado los estudio correspondientes necesarios, este proyecto se creó con la finalidad de impulsar al desarrollo del país; de esta misma forma apoyar a las familias ecuatorianas a que puedan llevar una vida plena en el ámbito del empleo. Este proyecto cuenta con siete capítulos, en el cual. El capítulo consta de instrucción y justificación, de la misma forma realizado una investigación del producto como y en donde se originó, en qué lugares se consume el producto.

Se compone por el análisis situacional en donde se realiza el estudio tanto interno como externos y de esta forma conocer la situación del país, y las leyes que deben acatar.

Este capítulo está conformado por el estudio de oferta y demanda y de esta forma obtener la demanda insatisfecha y conocer el mercado en el que se va a competir; conocer la población a la que se va a satisfacer las necesidades.

El capítulo siguiente se compone del estudio técnico, el lugar donde se va a ubicar la empresa y cuál será su capacidad óptima para la producción.

El capítulo va relacionado con el estudio financiero en el cual se determinara las inversiones realizadas de la misma forma se harán estudios para conocer los ingresos y gastos y saber si la Empresa es viable o no.

El capítulo va relacionado con el medio ambiente aquí se determinara las pautas que la empresa debe tomar al momento de la producción.

El séptimo capítulo se compone de las conclusiones y recomendaciones del proyecto en donde se deberá optar por analizar si el proyecto es viable.

ABSTRACT

The present project is based on the feasibility for the production and commercialization of the Summer flowers which has different varieties, in which the necessary study has been carried out, this project was created with the purpose of promoting the development of the country; In this same way, support Ecuadorian families so they can lead a full life in the field of employment. This project has seven chapters, in which.

The first consists of instruction and justification, in the same way an investigation of the product as and where it originated took place, in which places the product is consumed. The second chapter is made up of the situational analysis where the study is carried out both internally and externally and in this way to know the situation of the country, and the laws that must abide by.

The third chapter is formed by the study of supply and demand and in this way obtain the unmet demand and know the market in which it will compete; know the population to which the needs will be met.

The fourth chapter consists of the technical study, the place where the company will be located.

The fifth chapter is related to the financial study in which studies will be done to know the income and expenses and to know if the Company is viable or not.

The sixth chapter is related to the environment.

The seventh chapter is made up of the conclusions and recommendations of the project

INTRODUCCIÓN

Actualmente en Ecuador con el cambio de gobierno el tema económico del país y la globalización ha venido teniendo cambios bruscos al que el país tiene que adaptarse rápidamente, con estos cambios es que las empresas se vuelven más competitivas y esto conlleva a que las empresas desarrollen nuevas formas de hacer negocios. Según la comisión económica para América latina y el Caribe actualizó las proyecciones de crecimiento y estima que Ecuador crecerá en un estimado lo cual representa una mejora con respecto a lo mostrado en anteriores investigaciones. (Molina, 2007, pág. 34)

Dicho estudio tiene como finalidad determinar si en el país es factible implementar una microempresa para producción y comercialización de flores de verano, esto con el fin de satisfacer las necesidades y la demanda de los mercados ya existentes, se debe mencionar de igual forma que existe mucha información acerca del cultivo de flores de verano, pero se menciona que es casi inexistente un estudio de mercado indirectamente, en los mercados tanto norteamericano, europeo y asiático

El Ecuador tiene retos que enfrentar, como es el cambio de gobierno, las nuevas medidas económicas que el actual gobierno deberá tomar con respecto a las empresas que se dedican a la comercialización de productos que se exportan al exterior, de igual forma el Ecuador tendrá que buscar nuevas estrategias para así elevar su competitividad de sus productos los mismos que le permitan alcanzar un mejor posicionamiento en los mercados internacionales.

Ecuador deberá empezar a renovar su imagen frente al mundo, esto ayudará que los países se enfoquen en participar en nuevos proyectos los cuales tendrán ferias que permitan dar a conocer las ventajas de las variedades de productos que tiene para ofrecer hacia el resto del mundo.

La industria florícola Ecuatoriana, es una de las actividades más importantes que con el pasar de los años se ha convertido en la mayor generadora de empleo, de la misma forma las provincias que más crecimiento en producción de flores son Pichincha Cotopaxi y Azuay.

Dentro de las variedades de flores que más se producen, las rosas y los girasoles son los principales productos exportables las expectativas que brinda el mercado internacional han obligado a algunas empresas a buscar nuevas estrategias que ayuden a mejorar sus niveles de competir con empresas extranjeras.

CAPÍTULO I

1.0.1 Justificación

Se toma en cuenta este tema debido a que el sector florícola es un poco más accesible que algunas otras empresas. Debido al actual cambio de impulsar la matriz productiva en el cual se toman dos puntos importantes.

- a) Aumentar exportaciones
- b) Crear tasas de empleo

Al basarse en estas dos características las cuales son muy importantes para justificar el proyecto. El primer punto busca aumentar las exportaciones y esto se lograra obteniendo un mejor producto en el cual se tendrá que posicionar de una mejor manera en el mercado internacional.

La aportación del cambio de la matriz productiva se basa en sectores o actividades económicas con mayor crecimiento de la demanda tanto domestica como externa en el incremento de la productividad conocimientos y capacidad en la economía en el avance de las tecnologías. El desafío es vincular los dos tipos de transformación, de tal forma que generen un círculo de crecimiento de la productividad y el empleo.

Este cambio permitirá generar un desarrollo basado en la utilización de los conocimientos y capacidades de la población, ofreciendo a los consumidores la oportunidad de nuevas experiencias y nuevas formas de mirar este producto. Las flores ecuatorianas son consideradas las mejores del mundo por su calidad e inigualable belleza, características, talos gruesos, colores vivos botones grandes debido a que se está a más de 2000 metros a nivel del mar lo que hace que se prolongue su vida después del corte.

Este proyecto se enfoca en la aportación y la introducción de un bien y servicio, el cual significa mejorar las características del producto para de esta forma introducir en los mercados no satisfechos hasta el momento, una de las formas que se introducirá al mercado no satisfechos es, desarrollando productos que estén de acorde a las necesidades del cliente.

El objetivo es trabajar y proyectar una imagen utilizándola comunicación puesto que esto permite crear lazos entre los individuos, grupos y de mas, al aplicar esta función se considerara que esta organización tendrá una competencia sana y de la misma forma coordinar los procesos de planificación los cuales se darán a conocer al personal sobre cómo está estructurada y cuáles son sus objetivos y reglas con el fin de crear un ambiente laboral excelente.

En Ecuador, gracias a su condición climatológico se puede cultivar muchas especies por lo que muchos empresarios tanto nacionales como extranjeros consideran muy atractivo al Ecuador para la implementación de empresas florícolas, además de las ventajas naturales Ecuador suma un factor importante como es la infraestructura la misma que asegura una industria fortalecida.

1.0.2 Antecedentes

Según Expo flores, la institución que desde el 2008 supervisa la certificación de muchas empresas florícolas a través de Flor Ecuador, el uso de esta clase de agro tóxico peligroso está totalmente prohibido dentro de las empresas certificadas. El inconveniente es que las empresas certificadas solo explican el 44% por ciento de los 4,218 Ha que hay bajo cultivación a nivel nacional, casi exclusivamente propiedad de las grandes y medianas productoras (38%), mientras las fincas de los pequeños productores quedan, en su gran mayoría, fuera del esquema. Según el mismo Flor Ecuador apenas 85 de alrededor de las 800 plantaciones del país están certificados a través del programa, cuyos sus exigencias, dice Angus Lyall, no van mucho más allá que el cumplimiento de las leyes nacionales. (Coffey, 2016)

Esta es una industria muy acogedora, que va creciendo de una forma abrumadora, y la cual se compone de algunos factores importantes los cuales son; los productores, los mayoristas y los minoristas cuyas actividades están relacionadas. Los mercados se orientan hacia la eliminación de los dichos intermediarios y de esta forma llegar del productor hacia el mayorista y finalmente el consumidor.

Se descubrió que las condiciones de la iluminación de la parte de la región de la sierra era perfecta para la producción de todo tipo de flores de gran tamaño, por lo que se tomó la decisión de instalar industrias florícolas, las cuales con el pasar del tiempo fueron creciendo y de esta forma cambiaron la vida de algunas familias que habitaban en estos sectores.

El funcionamiento de estas florícolas abrió muchas posibilidades de trabajo para las poblaciones de Guayllabamba, Cayambe, el Quinche, Pedro Moncayo esto en la Provincia de Pichincha, Pujili, Latacunga, Salcedo esto en la Provincia de Cotopaxi.

Estas exportaciones del sector florícola, son uno de los más importantes en el comercio de Ecuador, esto según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, según este estudio indican que el número de personas en el sector florícola se mantienen en un nivel de vida estable.

Como bien se aprecia la organización de las empresas florícolas no se distingue de ninguna otra empresa, estas empresas deben adquirir grandes extensiones debido a que estas empresas necesitan estas extensiones tanto para el área agrícola, como para almacenar en los cuartos fríos, donde se almacenan para preservar en un estado óptimo y una área de empaque del producto, en donde se harán los arreglos finales para su debida exportación.

CAPÍTULO II

2.0 Análisis situacional

Un análisis situacional es la base de un plan de marketing. Un análisis de la situación incluye un examen detallado de los factores internos y externos que afectan un negocio. Crea una visión general de la organización que llevará a una mejor comprensión de los factores que influirán en su futuro.

El análisis situacional se refiere al estudio de todo el medio en que se desenvuelve una empresa en un determinado periodo, también se toma en cuenta los factores que influyen como son los internos y externos para de esta forma proyectar una empresa a futuro.

2.1 Ambiente externo

Toda organización representa un sistema abierto que utiliza diferentes tipos de recursos provenientes de su entorno. El entorno tal y como lo describen diversos autores, representa todos aquellos elementos y factores que pueden influir de manera directa o indirecta en diversas empresas a los que denominamos entorno inmediato y entorno general.

El entorno inmediato y general, se encuentra estructurado por una serie de variables que actúan sobre una institución, en donde se deben tomar decisiones y medidas oportunas para adaptarse a los frecuentes y rápidos cambios que se presenten. El ambiente externo son las variables que las empresas han optado por considerar ya que esta es una nueva forma de mantener un equilibrio mientras se realizan procesos cotidianos como los de entradas de materia prima, la transformación de estos para poderles dar un valor agregado, de la misma forma estos elementos influyen de una manera conjunta en las operaciones que se realiza en las empresas.

2.01.01 Factor Económico

Afectan el poder de compra y el patrón de gastos de los consumidores. Los países tienen diversos niveles de vida distribución de ingreso de sus habitantes. Los países con economías de subsistencia ofrecen pocas oportunidades de mercado. Los países con economías industriales conforman mercados prósperos y atractivos para muchos tipos de bienes. La dirección de mercadotecnia debe estudiar las tendencias y patrones de gastos de los consumidores dentro de las economías nacionales como en las mundiales.

El factor económico es un patrón que ayuda a comparar la situación financiera de las actividades las cuales tienden a incrementar las capacidades de producción estas ya sean de bienes o servicios en una economía, y de esta forma satisfacer las necesidades del ser humano, estas actividades se dividen en sectores muy importantes como lo son el sector primario, sector secundario y el sector terciario.

2.01.01.01 PIB (Producto Interno Bruto)

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio (crecimiento, 2017, pág. 12)

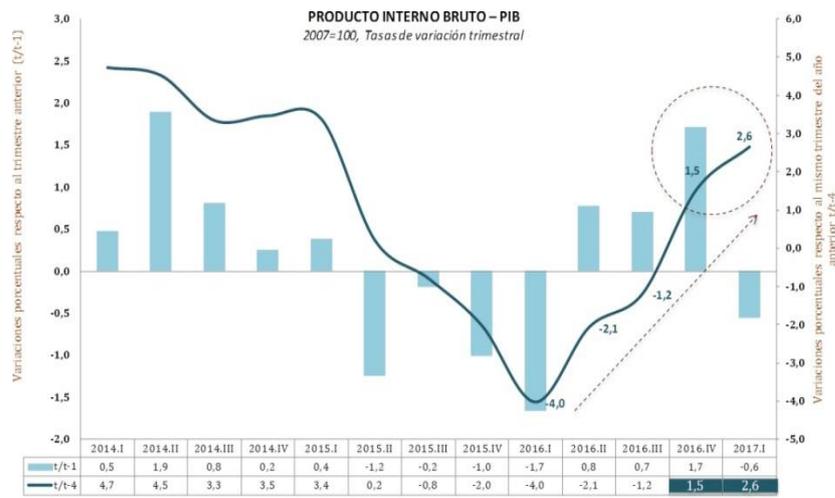


Figura 1 PIB
Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

En el primer trimestre de 2017, el PIB de Ecuador, a precios constantes, mostró una variación inter anual respecto al primer trimestre de 2016 de 2.6%, lo que es una oportunidad para las empresas Ecuatorianas.

2.01.01.02 La Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor, esto significa un movimiento continuo al alza en el nivel de los precios.

(Barro, 1988, pág. 12)

Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
jun-16	105,38	0,36%	1,59%	1,29%
jul-16	105,29	-0,09%	1,58%	1,20%
ago-16	105,12	-0,16%	1,42%	1,04%
sep-16	105,28	0,15%	1,30%	1,19%
oct-16	105,20	-0,08%	1,31%	1,11%
nov-16	105,04	-0,15%	1,05%	0,96%
dic-16	105,21	0,16%	1,12%	1,12%
ene-17	105,30	0,09%	0,90%	0,09%
feb-17	105,51	0,20%	0,96%	0,29%
mar-17	105,66	0,14%	0,96%	0,42%
abr-17	106,12	0,43%	1,09%	0,86%
may-17	106,17	0,05%	1,10%	0,91%
jun-17	105,55	-0,58%	0,16%	0,32%

Figura 2 de inflación

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis

Mediante la tabla de resultados estadísticos, la inflación del 2016 fue de 1,12% mientras que la inflación de 2017 presenta una disminución en 0,16% y en la acumulada dando 0,39% lo que se considera una oportunidad de carácter medio ya que los precios no tendrán variaciones y se mantendrán estables.

2.01.01.03 Riesgo País

“El concepto de riesgo país, hace referencia a la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados”.(Montill, 2007, pág. 73)

FECHA	VALOR
Noviembre-19-2017	552.00
Noviembre-18-2017	552.00
Noviembre-17-2017	552.00
Noviembre-16-2017	557.00
Noviembre-15-2017	581.00
Noviembre-14-2017	560.00
Noviembre-13-2017	561.00
Noviembre-12-2017	562.00
Noviembre-11-2017	562.00
Noviembre-10-2017	562.00

Figura 3 Riesgo País

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

La tabla muestra una ligera variación en los datos de este factor, el cual es muy importante para determinar si el proyecto será viable.

Este se define como una amenaza de carácter bajo para el proyecto.

2.01.01.04 Tasa Activa

Mientras que la tasa de interés activa es lo opuesto a la pasiva. A razón de que, como definimos, todo activo representa un bien, tangible o intangible, que se utiliza para obtener algún tipo de beneficio. Por lo que, cada vez que una institución financiera emite una deuda a alguien entonces recibe el beneficio de la tasa de interés que tiene que pagar dicha persona o empresa durante el período del préstamo. (González, pág. 30)

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2017	7.79 %
Octubre-31-2017	7.86 %
Septiembre-30-2017	8.19 %
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 %
Octubre-31-2016	8.71 %
Septiembre-30-2016	8.78 %
Agosto-31-2016	8.21 %

Figura 4: Tasa Activa
Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis

Las tasas de interés activas que pagan los usuarios del crédito dependen de las tasas pasivas, de los gastos de otorgamiento del crédito, de esta manera se observa que hubo una variación ya que en 2016 se produjo una tasa del 8,10% mientras el actual año se comenzó con una tasa del 7,79%.

Esto es una amenaza de carácter medio, debido a que las Empresa tendrán un bajo financiamiento.

2.01.01.05 Tasa Pasiva

La Tasa de Interés Pasiva es el tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros productos de similares características. Se conoce como pasiva porque se centra en las cuentas del pasivo de los bancos. (Nunes P. , 2003, pág. 24)

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2017	4.91 %
Octubre-31-2017	4.80 %
Septiembre-30-2017	4.97 %
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 %

Figura 5: Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis

Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Es decir, la que te paga el banco por tus depósitos.

Esto es una oportunidad de carácter bajo debido a que los ahorros no crecerán lo suficiente.

2.01.01.06 Tasa de Desempleo

La tasa de desempleo, también conocida como tasa de paro, mide el nivel de desocupación en relación a la población activa. En otras palabras, es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar, población activa no tiene puesto de trabajo. (Burguillo, 2009)

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2017	5.36 %
Junio-30-2017	5.78 %
Marzo-31-2017	5.64 %
Diciembre-31-2016	6.52 %
Septiembre-30-2016	6.68 %
Junio-30-2016	6.68 %
Marzo-31-2016	7.35 %
Diciembre-30-2015	5.65 %
Septiembre-30-2015	5.48 %
Junio-30-2015	5.58 %
Marzo-31-2015	4.84 %
Diciembre-31-2014	4.54 %
Septiembre-30-2014	4.65 %
Junio-30-2014	5.71 %

Figura 6: Tasa De Desempleo
Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis

Según los porcentajes dados muestran que en el 2016 el desempleo fue de 6,52% mientras que en 2017 se sitúa en 5,36% este es un factor importante, dado a que ha sufrido variaciones, esto es una oportunidad para le Empresa por el hecho de que se tendrá mano para satisfacer el proyecto.

2.01.01.07 Balanza de Pagos

La balanza de pagos es un indicador macroeconómico que proporciona información sobre la situación económica del país de una manera general. Es decir, permite conocer todos los ingresos que recibe un país procedentes del resto del mundo y los pagos que realiza tal país al resto del mundo debido a las importaciones y exportaciones de bienes, servicios, capital o transferencias en un período de tiempo. (ECONOMIPEDIA, pág. 32)

Resultados de la Balanza de Pagos (Porcentaje del PIB)												
	Promedio		Trimestral								Anual	
	2005-2009	2010-2016	2015 II	2015 III	2015 IV	2016 I	2016 II	2016 III	2016 IV	2017 I	2015	2016
CUENTA CORRIENTE	2.4%	-0.7%	-0.3%	-0.5%	-0.5%	-0.1%	1.0%	0.3%	0.3%	0.3%	-2.1%	1.5%
Bienes *	2.4%	-0.4%	-0.2%	-0.4%	-0.3%	0.0%	0.9%	0.4%	0.3%	0.5%	-1.6%	1.6%
Servicios	-2.6%	-1.5%	-0.2%	-0.1%	-0.2%	-0.2%	-0.3%	-0.3%	-0.3%	-0.2%	-0.8%	-1.1%
Renta	-3.3%	-1.6%	-0.4%	-0.5%	-0.5%	-0.5%	-0.5%	-0.5%	-0.5%	-0.6%	-1.7%	-2.0%
Transferencias corrientes	5.9%	2.8%	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.9%	0.7%	0.7%	0.6%	2.1%	2.9%
CUENTA DE CAPITAL Y FINANCIERA	-2.3%	0.6%	1.2%	-0.7%	-0.6%	-0.1%	0.0%	0.5%	-0.4%	-0.8%	0.6%	-0.1%
Cuenta de capital	0.1%	-0.1%	0.0%	0.0%	-0.1%	-0.5%	-0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	-0.1%	-0.8%
Cuenta financiera	-2.4%	0.7%	1.2%	-0.8%	-0.5%	0.4%	0.3%	0.5%	-0.4%	-0.8%	0.7%	0.7%
Inversión directa	0.9%	0.8%	0.1%	0.3%	0.8%	0.2%	0.1%	0.1%	0.3%	0.2%	1.3%	0.8%
Inversión de cartera	-1.4%	0.5%	0.9%	0.3%	-0.4%	-0.3%	0.1%	1.7%	0.8%	1.0%	1.5%	2.3%
Otra inversión	-1.9%	-0.5%	0.2%	-1.3%	-0.9%	0.5%	0.1%	-1.4%	-1.5%	-2.0%	-2.1%	-2.3%
Errores y omisiones	0.2%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	-0.1%	-0.1%	-0.1%	0.0%	0.0%	-0.1%
BALANZA GLOBAL	0.3%	-0.1%	1.1%	-1.2%	-1.0%	-0.1%	0.9%	0.7%	-0.2%	-0.5%	-1.5%	1.3%

Figura 7: Balanza De Pagos
Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis

En el primer trimestre de 2016, la Cuenta de Capital y Financiera mostró un resultado de (-0.1% en relación del PIB) y el resultado del tercer trimestre de la Balanza de Pagos en 2017 fue de (-0.5 % en relación al PIB) lo que se considera que aún es favorable para mi proyecto.

2.01.01.08 Déficit Público

El déficit público es la diferencia negativa entre los ingresos y gastos del total de las administraciones públicas durante un ejercicio económico. Es decir, si el total de las administraciones públicas ingresan menos dinero que el que se gasta para acometer todos los servicios públicos, se crea déficit público. En el caso contrario, si los ingresos durante un periodo económico son superiores a los gastos, se crea superávit público. (GARZON, 1998, pág. 85)

2.01.02 Factor Social

El factor social en si son todos aquellos aspectos que influyen o afectan a los seres humanos en su debido conjunto, sea este en lugar en el espacio en el que se encuentren, todo aquello que ocurre en una sociedad es factor de investigación ya que cualquier aspecto que tenga relevancia entre el ser humano y los ecosistemas son motivos sociales.

2.01.03. Poblacional

Tabla 1: Poblacional

POBLACIÓN	
EL QUINCHE	8 Empresa Florícolas
TABACUNDO	7Empresas Florícolas
CAYAMBE	5 Empresas Florícolas
Total	20 Empresas

*Fuente: Censos de Población y Vivienda 2010
Elaborado: Tana Sergio*

Análisis

La tasa de crecimiento poblacional en Ecuador en el año 2010 fue de 1,96 con relación a los demás años y su variación es de 2,96, teniendo un total de habitantes de 14,481.499. Se considera una oportunidad de carácter medio para el proyecto.

2.01.04 Población Económicamente Activa (PEA)

Durante marzo 2017 a nivel nacional se tiene:

La población total, el 70,1% está en edad de trabajar

“El 68,9% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa. De la población económicamente activa, el 95,6% son personas con empleo”. (INEC, 2017, pág. 53)

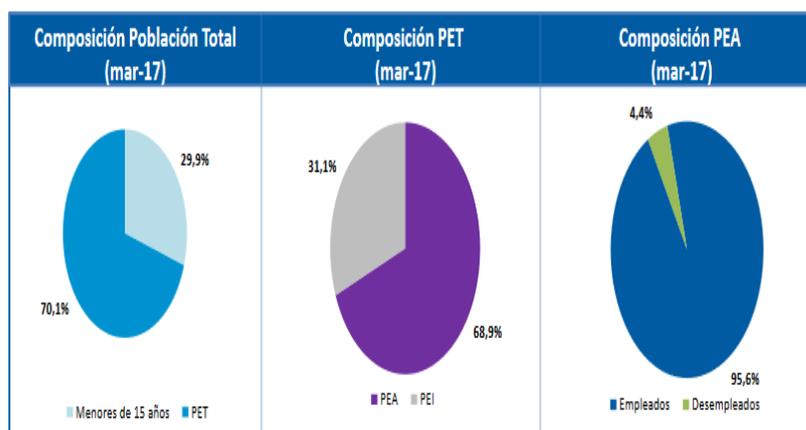


Figura 8: Población Económicamente Activa (PEA)
Fuente: INEC

Análisis

Se concluye que la población en edad de trabajar 11,7 millones de personas. La población económicamente activa es de 8,1 millones de personas y la población económicamente inactiva es de 3,6 millones de personas esto es una oportunidad para el proyecto.

2.01.04 Factor Legal

El Servicio de Rentas Internas nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria. (SRI, 2017, pág. 43)

2.01.0.0.1 Permiso de Funcionamiento

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento

Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.

Copia del registro único de contribuyentes (RUC).

Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.

Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.

Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento,

Debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.

Plano del establecimiento a escala 1:50.

Croquis de ubicación del establecimiento.

Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

RUC

El RUC es el documento que identifica a cada uno de los contribuyentes, sean personas naturales o jurídicas, con un fin tributario, este documento es un instrumento que le permite al SRI realizar el control tributario.

Requisitos RUC.

Cedula

Papeleta de votación

Planilla de servicios básicos

Permiso Bomberos

Ruc

Solicitud de inspección de local e Informe

Ministerio de Salud Pública

Solicitud de Permiso de Funcionamiento

Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña

industria

Certificado del título profesional del CONESUP

Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña

industria)

Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes

Croquis de la ubicación de la planta

Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario

Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud

Copia del RUC del establecimiento

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Análisis

El factor legal es muy importante debido a que no ayuda a analizar el comportamiento político y su gran impacto que esto conlleva en la sociedad en sus posibles consecuencias para las empresas a mediano o largo plazo, la estabilidad política infunde seguridad en la sociedad en general principalmente al sector empresarial, la política económica suponen un gran incentivo a las inversiones tanto en los mercados nacionales como en los mercados internacionales.

2.01.05. Factor Tecnológico

La naturaleza o dirección del cambio tecnológico se refiere a las características cualitativas del mismo, es decir, a la forma en que el cambio tecnológico afecta las características del proceso productivo. Una de las características centrales, tal vez se refiere a la proporción en que los factores productivos son utilizados para obtener un nivel de producción dada. El cambio tecnológico será intensivo en un determinado factor cuanto, en relación a la situación previa, el mismo implique un mayor uso de dicho factor con respecto a los demás. (Fiorente, 1979, pág. 71)

Análisis

El estudio de las actividades tecnológicas da algunas reflexiones acerca del papel de las empresas innovadoras en el proceso de buscar nuevas formas de mejorar su productividad, en el caso de las florícolas el sistema de riego por goteo es una

manera muy eficiente para reducir los costos debido a que ya no se utilizara mano de obra.

2.02 Entorno Local

Las empresas desarrollan sus actividades en un entorno que se compone de una serie de variables que inciden directamente sobre las actividades de las empresas, del modo que se puedan controlar.

2.02.01 Clientes

En esta fase trataremos de identificar las necesidades de los clientes y el interés que tienen con respecto a la organización, los temas en los que su satisfacción dependerá de su organización y de lo que haga que su cliente determine si va a seguir haciendo negocios con usted o no, esta es una fase en la que deberá dejar a un lado sus intuiciones, aquí tendrá que preguntar y escuchar directamente a sus clientes. (Vavra, 2002, pág. 54)

Tabla 2: Clientes

CLIENTES POTENCIALES	
EMPRESA	UBICACIÓN
DAMAGRO	LOS AMANCAYES
METRO ZONA	YARUQUI
FLORETIAS	TABACUNDO

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Sergio Tana*

Análisis

Los posibles clientes de Sun Flower serán dos importantes distribuidoras de flores como lo es Da magro y la Metro Zona también las grandes florerías de Tabacundo, esta será una forma de hacer conocer el producto. La satisfacción de los clientes influirá en sus relaciones a futuro con las organizaciones, se aceptan que

los clientes puedan experimentar satisfacciones con productos nuevos, de calidad promociones los productos de la organización.

2.02.01.02 Proveedores

Antes de seleccionar a un proveedor, se verá sus atributos los que se buscan en los proveedores, como son confiabilidad del producto y del servicio, e indicar su importancia relativa. Luego evaluar a los proveedores en términos de esos atributos para identificar los más atractivos, aquí es donde se tratara de negociar con los proveedores preferidos para obtener mejores precios y condiciones, antes de efectuar la elección final. (Philip, 2002, pág. 76)

Tabla 3: Proveedores

PROVEEDOR	UBICACIÓN	TELÉFONO	PRODUCTO
Campo Verde	El Quinche	0996577017	Girasol y fungicidas
Ferti Agro	El Quinche	09947522526	Girasol y fungicidas

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Sergio Tana

Análisis

En esta parte se pretende llegar a un acuerdo en el que las dos partes se adapten a las necesidades, buscando precios que convengan a las dos partes, la exclusividad será otra forma de negociar con dichos proveedores.

2.02.01.03 Competidores

La competencia de una empresa corresponde a aquellos negocios que se enfocan a un público en particular al que se le ofrece un producto o servicio que se encuentra en nuestra línea de mercado, los acuerdos entre competidores encierran un mayor peligro para la competencia que los acuerdos entre no competidores. La competencia entre empresas que utilizan tecnologías similares, un correcto análisis de la competencia nos ofrece la posibilidad de conocer a fondo las empresas y estudiar los movimientos que estas hacen. (Kennedy, 2006, pág. 32)

Tabla 4 Competidores

COMPETIDORES	Ubicación	Producto	Teléfono
Guaisa s.a.	El Quinche	Rosas	02) 226-8930
Hilsea Investments limited	Vía. Cayambe	Rosas Gipson	02 2364025
Flores santa Mónica s.a.	<i>EL</i> <i>QUINCHE</i>	Rosas	2388074

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Sergio Tana

Análisis

Se obtuvo una gran variedad de competidores pero las características de los productos no son similares por lo tanto no influye en la empresa debido a que los productos de esta Empresa son de características diferentes.

2.03.01 Propuesta Estratégica

“La planeación estratégica es la elaboración, y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo”. (Gardey J. P., 2008, pág. 71)

Análisis

Sun Flower producirá productos que satisfaga las necesidades y los gustos de clientes nacionales como internacionales, las flores de verano serán una de las mejores opciones para eventos importantes.

2.03.01.01 Misión

“Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la empresa a largo plazo y sirve de rumbo, y lo que pretende ser y para quien lo va hacer”.(Thompson, 2006, pág. 90)

Es una de las empresas florícolas dedicadas a la producción, comercialización y está encaminada a la prolongación de las flores desde su corte hasta su vida útil, se cuenta con estándares de calidad y excelencia en el servicio, generando satisfacción en los mercados nacionales como internacionales y se cuenta con el mejor recurso humano.

2.03.01.02 Visión

“El hecho de establecer con claridad lo que se está haciendo el día de hoy, no del futuro de la empresa ni menos incorporar el sentido de un cambio de una dirección a largo plazo”.(Thompson, 2000)

Ser una de las empresas floricultoras líderes en el mercado, en calidad, variedad y servicio para los consumidores, incorporando el mejor talento humano y tecnológico que mejore la calidad del producto y conserve el medio ambiente.

2.03.01.03 Objetivos

“Es una actividad que tienen que tener una fecha de comienzo y una fecha de terminación.” (Gómez, 2014, pág. 90)

Serán los principales objetivos que se realizarán en la microempresa a base de esfuerzos y dedicación.

2.03.01.04 Objetivo General

Establecer un nicho el mercado nacional, abriendo sucursales en las principales parroquias floricultoras de la ciudad de Quito, al mismo tiempo convertimos en la máxima y más responsable empleador imponiendo una cultura de honestidad y trabajo en equipo.

2.03.01.05. Objetivos Específicos

- Fomentar entre los empleados una cultura de compañerismo, visibilizando los esfuerzos en materia de responsabilidad social empresarial.
- Lograr un crecimiento continuo en las ventas
- Ser una empresa reconocida como una de las que están comprometidas con el medio ambiente.

2.03.01.06 Principios y Valores

2.03.01.05.01 Principios

“Entendido como una norma moral, el principio es un valor que dirige el accionar de un sujeto de acuerdo a aquello que dicta su conciencia”.(Gardey J. P., 2010)

Se entiende como principio todo aquello que está vinculado a la libertad de todo individuo, y este está fijado sin motivo de obligación.

Eficiencia

Todas las operaciones que se realicen serán de manejo óptimo en los recursos, donde el personal adoptará permanentemente una conducta productiva en cualquier área que sea asignada.

Transparencia

En todas nuestras actividades diarias la sinceridad y las acciones, el cumplimiento de las leyes será nuestra carta de presentación.

Compromiso

Alcanzar los objetivos será el resultado del compromiso de los miembros de la organización. Por ello, los diferentes niveles gerenciales de la organización asumirán sus propias responsabilidades y crearán el ambiente propicio para que sus seguidores lleguen a los objetivos con la mayor satisfacción laboral.

Responsabilidad

La responsabilidad demuestra las cualidades del ser humano para dar respuesta a los compromisos asumidos bien sean o no de su total comodidad.

2.03.01.05.02 Valores**Respeto**

Las actividades diarias deberán ser realizadas con respeto a las demás personas, sus valores, derechos y creencias individuales, familiares y grupales.

Responsabilidad

La responsabilidad demuestra las cualidades del ser humano por lo tanto las personas responsables son aquellas que cumplen con su palabra y son capaces de analizar situaciones y responder a las consecuencias de sus actos.

Honestidad

El comportamiento de todos los miembros, se basará en integridad, responsabilidad, igualdad, justicia y la transparencia en todas sus funciones.

Persistencia

Cuando eres una persona persistente, los resultados tarde o temprano saldrán a la luz rápidamente. Y cuando estos son positivos, te sentirás más motivado y dedicado a cumplirlos.

Disciplina

La disciplina es una rutina física y mental, que forma parte de tu plan estratégico, es por ello que debes tratar de seguir día a día tus acciones para llegar a cumplir tus metas.

2.03.02 Gestión Administrativa

A grandes rasgos podemos observar dos grandes sectores, los servicios de producción administrativa y los servicios de estudio, los servicios de producción administrativa se consagran a actividades habituales como servicios de compra y los servicios de estudio son aquellos que tienen una misión concreta y que trabajan sobre pedido. (Aumage, 1979, pág. 121)

2.03.02.01 Planificación

“La planificación supone trabajar en una misma línea desde el comienzo de un proyecto, y se requieren múltiples acciones en cada uno de los proyectos. Su primer paso, dicen los expertos, es trazar el plan que luego será concretado”.(Gardey J. P., 2008, pág. 95)

Tabla 5 Cronograma de Actividades

Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Buscar las instalación	X			
Constituir la empresa	X			
Legalización de la empresa	X			
Financiamiento		X		
Adecuación de la empresa		X		
Búsqueda de proveedores			X	
Compra de materia prima			X	
Contratación de personal			X	
Producción				x
Control de calidad				x
Producto terminado				x

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Sergio Tana*

Análisis

De acuerdo al cronograma de actividades que se plantea es como se va a manejar la empresa, durante el mes primero se trataran los punto de instalaciones, constitución de la empresa y legalización, en el segundo mes se buscara el financiamiento y adecuación de la empresa, en el tercer mes será la búsqueda de

proveedores, compra de materias primas y contratación del personal y en el cuarto mes se realizara las producción, control de calidad y final del producto terminado para salir a la venta.

2.03.02.02 Organización

“Una organización es una asociación de personas que se relacionan entre sí y utiliza recursos de diversa índole con el fin de lograr determinados objetivos o metas”.(Roldán, 2017)

2.03.02.03 Organigrama Estructural

“Un organigrama es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial”.(Merino., pág. 123)

La Microempresa SunFlower se basara de acuerdo al organigrama estructural el cual se designó n los puestos.

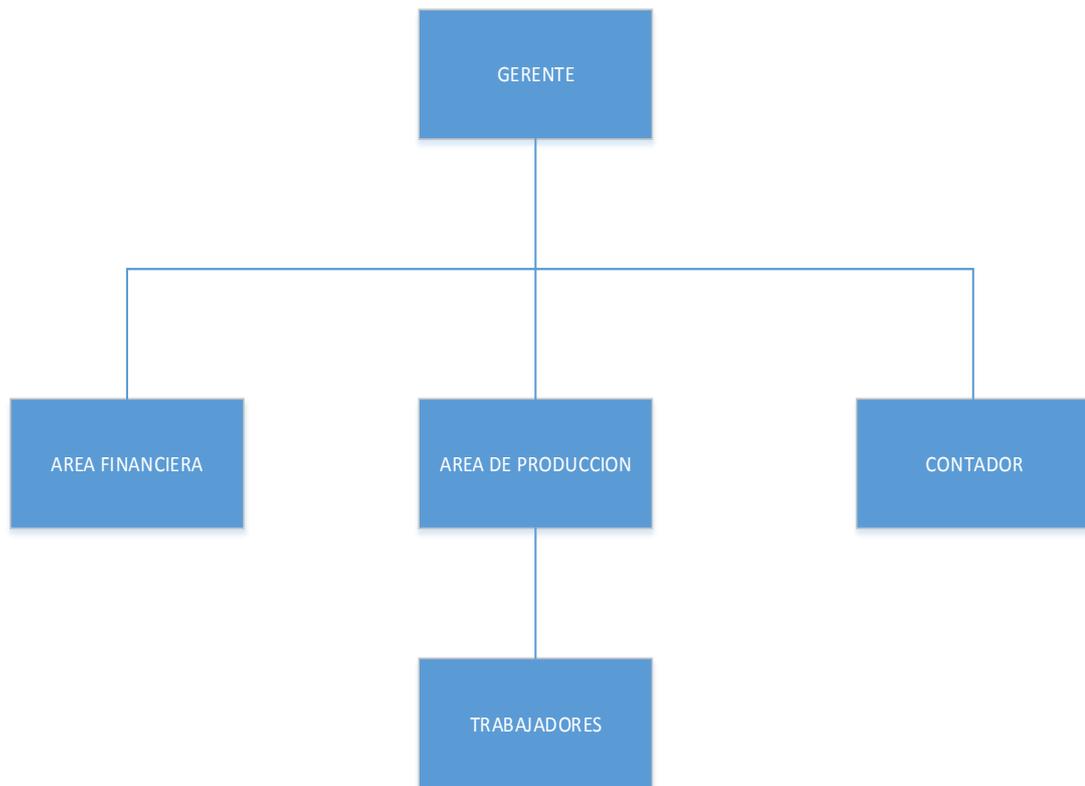


Figura 9: Organigrama
Fuente: Investigación de campo

Análisis

La gestión administrativa es vital para las operaciones estas se enfrentan a obstáculos cuando existen errores administrativos, la gestión administrativa no solo ha obtenido una plataforma administrativa, sino que también trabaja en coordinación con los departamentos para asegurarse que las actividades de cooperación caminen sin problemas. El departamento de gestión empresarial trabaja con el fin de implementar las metas de una organización profesional.

Tabla 9 Perfil del cargo: Administrador General

DESCRIPCIÓN	
<p>Objetivo del puesto: Encargado de representar a la empresa encargado de establecer reglamentos políticas y la administración de la empresa</p>	
Cargo	Administrado
Número de personas	Uno (1)
<p>Resumen del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar el personal adecuado. <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa ▪ Organizar la estructura de la empresa como también las funciones y los cargos. ▪ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un buen líder. ▪ Controlar las actividades planificadas ▪ Decidir sobre, seleccionar, capacitar y ubicar el personal. ▪ Compromiso en el trabajo ▪ Planificar y organizar las actividades de la empresa. ▪ Supervisar las actividades de los colaboradores ▪ Liderar el equipo de trabajo ▪ Vigilar el buen funcionamiento de la empresa 	
Educación	<p>Graduado en Ingeniería o Tecnólogo en Administración de Empresas. Idioma inglés. Estudios complementarios: computación, contabilidad, comercio y ventas.</p>
Experiencia	Un año

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Sergio Tana

Tabla 10 Perfil del cargo: Ingeniero Agrónomo

DESCRIPCIÓN	
<p>Objetivo del puesto: Demostrar su destreza y habilidades laborales en la aplicación de tareas asignadas. Especialista en flores y fungicidas</p>	
Cargo	Ingeniero Agrónomo
Número de personas	Uno (1)
Sueldo: \$400	
<p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar la consultoría agronómica a los productores involucrados en los cultivos de producción, bajo los protocolos y manual generado por la empresa. • Buscar el máximo rendimiento de la producción garigola • Asumir responsabilidades • Compromiso en el trabajo • Prospección de productores o Prospección de campos o Diagnóstico de los campos / finca o Análisis histórico del campo y del productor o Planes de acción o Desarrollo de planes de acción con el productor o Seguimiento a planes de acción o Seguimiento a la normativa de Calidad 	
Educación	<p>Graduado en agronomía</p> <p>Interpretación De Análisis De Suelo Manejo De Programas De Riego Manejo Nutricional De Plantas Manejo De Plagas Y Enfermedades Bajo Condiciones De Producción Orgánica</p>
Experiencia	Un año

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Sergio Tana

Tabla 11 Perfil del cargo: Obrero

APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE PRODUZCA Y COMERCIALICE FLORES DE VERANO, UBICADA EN GUAYLLABAMBA PROVINCIA DE PICHINCHA, 2018

DESCRIPCIÓN**Objetivo del puesto:**

Demostrar su tenacidad, habilidades y trabajo en equipo

Cargo

Trabajador Agrícola

**Número de
personas**

Uno

Sueldo: \$350**Competencias:**

- Voluntad para desempeñar un trabajo duro, físico, en instalaciones que pueden estar sucia y oler mal.
- Habilidades prácticas. Tiene que estar preparado para desempeñar distintos tipos de tareas.
- Capacidad de utilizar el equipo y de realizar algunas reparaciones menores.
- Una actitud responsable, para manejar equipos y productos químicos que podrían ser peligrosos si no se dirigen de forma adecuada.
- Capacidad de trabajar sin supervisión, y de pasar mucho tiempo solo.
- Habilidades de trabajo en equipo

Asumir responsabilidades

Compromiso en el trabajo

Educación

Bachiller

Experiencia

Si

Fuente:** Investigación de campo*Elaborado por:** Sergio Tana*

2.03.03 Gestión Operativa

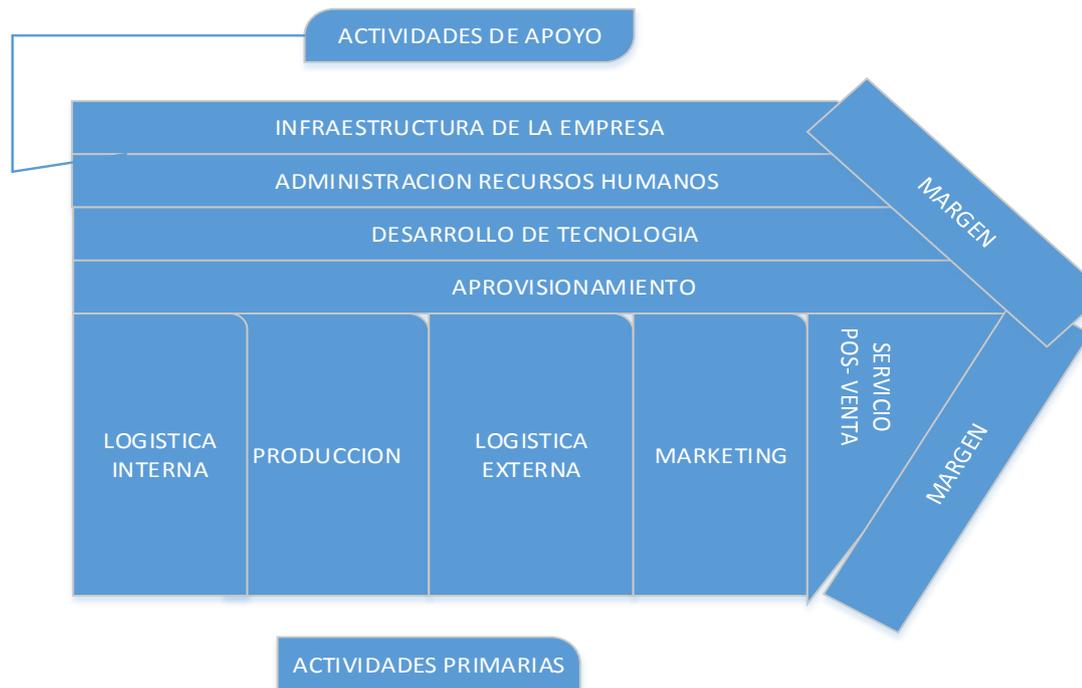
Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. (DIAZ, 2012, pág. 112)

La gestión operativa es importante para las organizaciones debido a que les ayuda a evaluar los procesos por los cuales se orientan y se emplean los recursos y los esfuerzos para llegar a la meta u objetivo, todo esto se obtiene siguiendo unas secuencias de actividades y tiempo establecido. Disponer de una tecnología avanzada en las empresas ayuda a que no se presenten fallas técnicas y de esta manera poder mejorar los tiempos al realizar las labores diarias.

Cadena de valor

“Las Actividades Primarias, que son aquellas que tienen que ver con el desarrollo del producto, su producción, las de logística y comercialización y los servicios de post-venta”.(Porter, 1985)

Tabla 9 actividades de apoyo



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Sergio Tana

Logística interna

Se define a la Logística Interna como todos aquellos procesos de la cadena de suministro que tienen lugar dentro de la propia empresa. Es decir, desde que la compañía recibe la mercancía en sus instalaciones hasta que ésta sale, ya sea hacia un colaborador logístico o rumbo a su destino final.

Producción

En tanto la producción es un proceso complejo, requiere de distintos factores que pueden dividirse en tres grandes grupos, a saber: la tierra, el capital y el trabajo.

Logística externa

Cuando se menciona que la logística externa y el conjunto de operaciones que se engloban bajo esta denominación son la punta del iceberg es porque, pese a ser las más visibles y en mayor contacto directo con el cliente o el consumidor final.

Marketing

La visibilidad de la marca se convierte en el principal objetivo de esta clase de estrategias de marketing de marcas y empresas, ya que buscan que su producto o servicio destaque ante los miles de usuarios y potenciales clientes.

Servicio Pos-venta

Se realiza un seguimiento a los clientes para conocer, de la misma manera podemos aceptar quejas, sugerencias en nuestras líneas telefónicas.

Infraestructura

Aquí se tendrá una infraestructura lo suficientemente amplia, considerando el tipo de ares en cuanto al desarrollo de actividades las mismas serán ubicadas en función de una línea de producción evitando así tiempos que perjudiquen a la línea de producción.

Gestión Financiera

En esta área se tendrá a la empresa con todos los impuestos al día, y de esta forma evitándonos sanciones por parte de los entes reguladores además tendremos que realizar un control de presupuestos de cartera de crédito.

2.03.04 Gestión Comercial

La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing, incluyendo. El estudio del ambiente externo y de las capacidades de la propia organización con el fin de alcanzar las previsiones de ventas. (Nunes P. , 2015, pág. 130)

La gestión comercial es un término relacionado a la mercadotecnia o marketing, es decir, te proporciona las técnicas de como promover un producto o servicio. Ofrece todas las herramientas necesarias para administrar y gestionar adecuadamente las principales actividades comerciales de la organización en mercados cada vez más saturados y competitivos. No hay que olvidar que la venta, es en definitiva, el objetivo final de cualquier PYME. Por ello en el proceso comercial y de negociación, el elemento más significativo la marca de la empresa.



Manual de Identidad Corporativa

*Figura 10 Logotipo
Elaborado por: Tana Sergio*

2.03.05 Producto

“Los productos tienen un ciclo de vida. Cuando son lanzados al mercado, las empresas deben realizar grandes inversiones en publicidad para que la gente conozca el producto”.(Gardey., 2009)



Figura 11 Producto
Elaborado por: Sergio Tana

“SunFlower” brindará productos de calidad tanto en su tamaño, forma, color y grosor el cual tenga una gran acogida por los clientes.

2.03.06 Precio

“Es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación”.(Merino., 2009, pág. 84)

El precio se define también como la cantidad que se necesita para adquirir un bien, un servicio, esta usualmente se da en cantidad monetaria.

2.03.07 Plaza

Una plaza es un espacio urbano público, amplio y descubierto, en el que se suelen realizar gran variedad de actividades. Las hay de múltiples formas y tamaños, y construidas en todas las épocas, pero no hay ciudad en el mundo que no cuente con una. Por su relevancia y vitalidad dentro de la estructura de una ciudad se las considera como salones urbanos. (Colaboradores, 2013, pág. 12)



Figuran 11 Localizaciones

Fuente: Googlemap

2.03.08 Publicidad

“Se define como divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, en general”.(Angel, 2009)

La publicidad es una de las formas de comunicación de las empresas, es decir, al conjunto de mensajes que la empresa lanza al exterior, haciendo referencia de la comunicación interna de la empresa.

Este proyecto tendrá publicidad tanto en papel volante, redes sociales tales como facebook y demás.



*Figura 14 Publicidad
Elaborado por: Sergio Tana*

2.04 Análisis FODA

El nombre FODA le viene a este práctico y útil mecanismo de análisis de las iniciales de los cuatro conceptos que intervienen en su aplicación.

- Fortalezas
- Oportunidad
- Debilidades
- Amenazas o problemas

“Una de de las aplicaciones del análisis FODA es la determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa”.(Borello, 1994, pág. 20)

El análisis FODA es una herramienta de estudio de las empresas, esta analiza sus diferentes características ya sean internas como externas. El principal objetivo del este análisis es determinar las ventajas y desventajas de la empresas y las estrategias que deberían tomar en función de sus propias características y del mercado en que se está moviendo.

Tabla 12. Análisis de oportunidades y amenazas

ICADORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Alta	Medio	Bajo	Alta	Medio	Bajo
PIB		X				
Inflación					X	
Riesgo país						X
Tasa de Interés		X				
Desempleo						X
Balanza de Pagos					X	
Déficit Público				X		
Crecimiento Poblacional		X				
PEA		X				
Factor Legal			X			
Factor Tecnológico			X			
TOTAL		4	2	1	2	2
ALTA	0					
MEDIA	4					
BAJA	2					

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Sergio Tana

Análisis

De acuerdo al análisis efectuado se observa que las oportunidades de nivel alto medio y bajo obtienen los puntos 4, 2 correspondientes y las amenazas de nivel medio y bajo 1, 2,2 respectivamente, en lo cual se menciona que es favorable para el proyecto.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.01 Análisis del consumidor

“Ser consumidor implica que formamos una parte importante de la estructura económica, doméstica e internacional. Nuestra decisión afecta la demanda de la materia prima, componentes, maquinaria, equipos y servicios que pueden llevar a las organizaciones al éxito o al fracaso”.(Cardenas, 2016, pág. 84)

3.01.01 Objetivos del estudio de mercado

- Corroborar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los competidores.
- Determinar la cantidad bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para facilitar la llegada a de los bienes y servicios a los posibles clientes.

3.01.02 Segmentación de mercado

“La segmentación del mercado se define como el procedimiento de dividir un mercado en distintos subconjuntos de consumidores que tienen necesidades o características comunes”.(Lazar, 2005, pág. 63)

Los diferentes modelos de segmentación de mercado han sido diseñados interrelacionando las bases y los criterios. La base de segmentación son, la variable demográfica, culturales, que se consideran relevantes para la identificación del mercado.

3.01.01 Determinación de población y muestra

Se pretende determinar el tamaño de esta. Cuando analizamos todos los integrantes de una población se tiene un censo o universo. Entonces la investigación se realiza sobre la totalidad de la población y los datos obtenidos de esa población. Cuando solo analizamos algunos casos de esa población, pero cumple la condición de toda la población, tenemos una muestra. (Carlos, 1993, pág. 156)

3.01.10.02 Formula de la muestra

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N - 1)E^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

Nomenclatura

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo

P= Posibilidad de éxito

Q= Posibilidad de fracaso

No es posible realizar el muestreo debido a que se ha tomado una población de 20 empresas del sector de Guayllabamba, Tabacundo y Cayambala cual es muy población limitada.

INSTITUTO SUPERIOR CORDILLERA**ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS****Investigación de preferencia a Empresas Florícolas**

La información suministrada será utilizada con fines académicos y será sujeta a la ley de estadística que garantiza la confidencialidad de la información como lo indican en sus artículos 20 y 21 respectivamente.

1 ¿Su empresa compra flores de verano?

SI	
NO	

2. ¿Cuál es su frecuencia de compra?

Mensual	
Trimestral	

3. ¿Cuándo compra este producto, en qué característica se fija?

Calidad	
Precio	

4. ¿Cuál es el precio que paga por cada tallo de flor?

Girasol	0.15 - 0.27	
Girasol	0.17- 0.20	
Girasol	0.20 - 0.25	

5. ¿A quién compra este producto?

Florícola	
Productor de flores	

6. ¿Qué cantidad compraría a esta nueva empresa?

1 – 1000	
1000 – 3000	
3000 – 5000	
5000 – 10.000	

7. ¿Está conforme con el proceso de compra y comercialización de flores de verano?

SI	
NO	

8. ¿Tiene algún proveedor de preferencia en flores de verano?

SI	
NO	

9. ¿Está dispuesto a negociar este producto con dicha empresa?

SI	
NO	

3.01.02 Técnicas de obtención de información

Tabla 13: Técnicas de obtención de información

Técnica cualitativa	Entrevista
Técnica cuantitativa	Encuesta
Técnica mixta	Observación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sergio Tana

Entrevista

La entrevista a figura política parece tratada en particular, dado que es una de las formas más habituales de la comunicación política en nuestro tiempo cada vez mas identificada con el espectáculo que puede asumir tanto un carácter programático propagandista como intimista o humorístico.(Arfuch, 1995, pág. 67)

Observación

“Las observaciones son el método más directo, útil y antiguo de obtención de información. Como técnica de investigación, tiene amplia aceptación científica”.(Lazaro.B, 2008, pág. 49)

Encuesta

Le encuesta presenta dos características básicas que la distinguen del resto de los métodos de captura de información:

“Recoge información proporcionada verbalmente o por escrito por un informante mediante un cuestionario estructurado. Utiliza muestras de la población objeto de estudio”.(Martin F. A., 2011, pág. 83)

Le encuesta es sin duda una de las metodologías de investigación más utilizadas esta es esencial en la técnica de recolección de información, cabe señalar diversos aspectos que diluyen la claridad con la que se suele definir la encuesta

3.01.03 Análisis de la información

El análisis de información forma parte del proceso de adquisición y apropiación de los conocimientos latentes acumulados en distintas fuentes de información. El análisis busca identificar la información “útil”, es decir, aquella que interesa al usuario, a partir de una gran cantidad de datos.(Pierrel JM, 2003, pág. 69)

El análisis de datos es un proceso de transformar datos con el único objetivo de resaltar información útil para la toma de decisiones.

1 ¿Su empresa compra flores de verano?

Tabla 14 pregunta N° 1

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	17	85,00
No	3	15,00
Total	20	100,00

Fuente: encuesta

Elaborado por: Sergio Tana



Figura 15

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Con un total de 20 Empresas encuestadas tan solo el 85% compra flores de verano el 15% restante produce en sus propias fincas.

Al observar y analizar los datos se concluye que el mercado objetivo y potencial tiene una buena aceptación al momento de adquirir flores de verano, ya que las Empresas compran flores con una frecuencia aceptable según los datos obtenidos en el estudio de mercado.

Se concluye que este producto avizora un buen mercado para las flores de verano en especial para los girasoles ya que este es el producto estrella de la Empresa.

2. ¿Cuál es su frecuencia de compra?

Tabla 15 pregunta N° 2

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Mensual	18	90,00
Trimestral	2	10,00
Total	20	100,00

encuesta
Sergio Tana

Fuente:

Elaborado por:

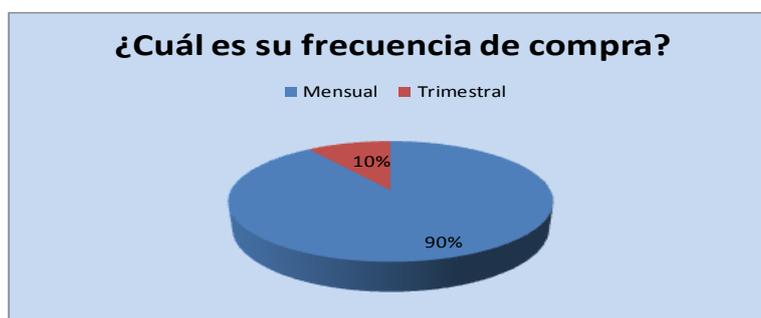


Figura 16

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

El 90% de las Empresas manifiestan que tienen una frecuencia de compra mensual, mientras que el 10% de las mismas tiene una frecuencia de compra el cual es trimestral.

El motivo es traducir con un margen del 90% de que es allí donde se ven reflejadas la situación económica de las Empresas, mientras que con un margen del 10%, esta significa que las Empresas son más cautas al momento de adquirir un producto tomando en cuenta que este producto es esencial para su comercialización.

3. ¿Cuándo compra este producto, en qué característica se fija?

Tabla 16 pregunta N° 3

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Cálida	17	85,00
Precio	3	15,00
Total	20	100,00

Fuente: encuesta

Elaborado por: Sergio Tana



Figura 17

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Mediante los datos recopilados se obtuvo una cierta cantidad de empresas demuestran que el 85% se fija en la calidad del producto antes de realizar la compra, mientras que el 15% se manifiesta que se fija en el precio.

Lo que indica una apreciación muy alentadora que tendría el nuevo producto, ya que la Empresa se caracteriza por ser una de las que ofertan buena calidad para su producción y comercialización en el mercado.

4. ¿Cuál es el precio que paga por cada tallo de flor?

Tabla 17 pregunta N° 4

	FRECUENCIA	%
0.15 - 0.17	2	10,00
0.17- 0.20	7	35,00
0.20 - 0.25	11	55,00
Total	20	100,00

Fuente: encuesta

Elaborado por: Sergio Tana



Figura 18

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Con estos resultados se observan que el precio que las Empresas están dispuestas a pagar por un tallo de girasol es, el 55% estaría dispuesta a pagar entre 0,2 y 0,25ctv, el 35% está dispuesta a pagar entre 0,17 y 0,20 ctv. Mientras que el 10% restante está dispuesta a pagar tan solo ,15 y 0,17 ctv. Por cada tallo de girasol.

Por otra parte se aprecia que las empresas no solo están dispuestas a adquirir un producto de buena calidad si no que también buscan precios bajos, y aparte de eso están dispuestas a negociar para llegar a acuerdos que les beneficien a las dos partes.

5. ¿A quién compra este producto?

Tabla 18 pregunta N° 5

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Florícolas	4	20,00
Productoras e Flores	16	80,00
Total	20	100,00

Fuente: encuesta

Elaborado por: Sergio Tana



Figura 19

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Mediante la investigación y los resultados obtenidos se demuestra que el 80% de las Empresas encuestadas prefieren comprar directamente a productoras de flores debido a su comodidad y bajos precios al momento de adquirir el producto, mientras que el 20% restante prefiere comprar a florícolas debido a que tienen convenios.

6. ¿Qué cantidad compraría a esta nueva empresa?

Tabla 19 pregunta N° 6

	VARIABLE	FRECUENCIA	%	
encuesta Sergio Tana	1- 1000	4	20,00	Fuente: Elaborado por:
	10.000 - 15.000	7	35,00	
	15.000 – 25.000	6	30,00	
	2.5000 – 30.000	3	15,00	
	Total	20	100,00	



Figura 20
Fuente: Investigación de Campo

Análisis

La cantidad de productos que las Empresas adquieren, el 35% compra mensualmente entre 10000 a 15000 unidades, mientras que el 20% compra 15000 a 25000 mientras que el 15% restante compra de 25000 a 30000 unidades, estos datos nos refleja la cantidad que se debe producir para poder satisfacer las necesidades de las empresas lo que es un cantidad exuberante.

7. ¿Está conforme con el proceso de compra y comercialización de flores de verano?

Tabla 20 pregunta N° 7

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	8	40,00
No	12	60,00
Total	20	100,00

Fuente: encuesta

Elaborado por: Sergio Tana



Figura 21

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

El 60% de las Empresas que se dedican a la compra de flores de verano está conforme con su actuales proveedores debido a su trayectoria hay una confianza mutua, el 40% de estas Empresas no está conforme con sus actuales proveedores debido a que no cumplen con los estándares de calidad, por este motivo estarían dispuestos a cambiar de proveedores para mejorar sus productos.

Las Empresas deciden explorar nuevas alternativas cuando se ven amenazadas por sus posibles competidores, estas buscan proveerse de empresas que produzcan este bien a costos muy bajos, y al mismo tiempo serrar contratos preferenciales y de esta forma quitarles posibles proveedores a sus competidores.

8. ¿Tiene algún proveedor de preferencia en flores de verano?

Tabla 21 pregunta N° 8

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	11	55,00
No	9	45,00
Total	20	100,00

Fuente: encuesta

Elaborado por: Sergio Tana

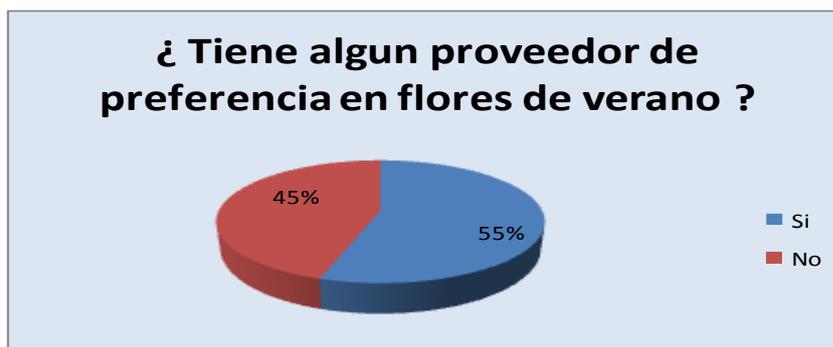


Figura 22

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Mediante el análisis obtenido el 55% de las Empresas encuestadas dicen ya contar con un proveedor ya establecido, mientras que el 45% restante dice no estar satisfecho con sus actuales proveedores o no tener un proveedor de su preferencia.

Como resultado o alternativa es atacar a las Empresas que aun no tiene un proveedor de confianza y al mismo tiempo ganar mercado con estas Empresas y tratar de ir ganando mercado con las empresas ya posesionadas, el 55% de esas empresas cuenta con posibles vendedores para introducirnos en ese mercado con productos que sean de buena calidad y con precios más bajos que sus actuales proveedores.

9. ¿Está dispuesto a negociar este producto con dicha empresa?

Tabla 22 pregunta N° 9

APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE PRODUZCA Y COMERCIALICE FLORES DE VERANO, UBICADA EN GUAYLLABAMBA PROVINCIA DE PICHINCHA, 2018

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	17	85,00
No	3	15,00
Total	20	100,00

Fuente: encuesta

Elaborado por: Sergio Tana



Figura 23

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Mediante la interpretación se determina que el 85% de las Empresas encuestadas afirman estar dispuestas a negociar este producto con un nuevo proveedor mientras que el 15% dice no estar dispuesto a negociar el producto debido a que ya cuentan con un proveedor de confianza.

Se puede manifestar que la mayoría de las Empresas le gustaría negociar este tipo de producto ya que algunas Empresas no están satisfechas con las flores que compran, lo que indica que las flores que se encuentran en el mercado no están obteniendo la calidad que ellos están buscando.

De esta forma se determinan que el 85% es un buen porcentaje de aceptación y que las Empresas si estarían dispuestas a negociar con esta Empresa.

3.04 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado, en un determinado lapso tiempo y espacio, con el fin de satisfacer deseos o necesidades (Conceptos, 2017)

3.04.01 Oferta Histórica

Una vez que se realiza el estudio de mercado, se puede determinar la oferta histórica.

Tabla 13 Oferta Histórica

AÑO	FACTOR PROYECCIÓN	OFERTA	OFERTA PROYECTADA
2017	-	128.258,64	
2016	0,0112	126.822,15	1436,50
2015	0,0338	122.535,56	4286,59
2014	0,0367	118.038,50	4497,05
2013	0,027	114.851,46	3187,04
2012	0,0416	110.073,64	4777,82

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por Sergio Tana*

3.04.02 Oferta Proyectada

En la proyección de la oferta, se tomara el porcentaje positivo de la muestra en donde se toma en cuenta los consumidores que están satisfechos con el producto que se va a ofrecer.

Tabla 14 Oferta Proyectada

AÑO	FACTOR	OFERTA	DEMANDA
------------	---------------	---------------	----------------

	PROYECCIÓN	PROYECTADA	
2017	-	128.258,64	
2018	0,0112	129.695,14	1436,50
2019	0,0112	131.147,72	1452,59
2020	0,0112	132.616,58	1468,85
2021	0,0112	134.101,89	1485,31
2022	0,0112	135.603,83	1501,94

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Sergio Tana*

3.05 Demanda

“Demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado”.(Gardey J. P., 2009, pág. 95)

3.05.01 Demanda Histórica

Tabla 15 Demanda Histórica

AÑO	FACTOR	TOTAL DEMANDA	PROYECCIÓN
	PROYECCIÓN	(\$)	
2017	-	159.327,51	
2016	0,0156	156.842,00	2485,51
2015	0,0152	154.458,00	2384,00
2014	0,0137	152.341,92	2116,07
2013	0,014	150.209,14	2132,79
2012	0,0142	148.076,17	2132,97

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Sergio Tana*

3.05.02 Demanda Proyectada

Tabla 16 Demanda Proyectada

AÑO	INFLACION	TOTALDEMANDA	PROYECCIÓN
		(\$)	
2017	-	159.327,51	
2018	0,0156	161.813,02	2485,51
2019	0,0156	164.337,30	2524,28
2020	0,0156	166.900,96	2563,66
2021	0,0156	169.504,62	2603,65
2022	0,0156	172.148,89	2644,27

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Sergio Tana

3.06 Balance Oferta y Demanda

En base a los datos adquiridos se procede a realizar el balance actual y el balance proyectado a 5 años.

3.06.01 Balance Actual

Tabla 17 Balance Actual

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2018	159.327,51	128.258,64	31.068,86

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Sergio Tana

3.06.02 Balance Proyectado

Determinamos que el proyecto será viable debido a que en los años de proyección no se encontraron cifras negativas, lo que detectamos en los cinco primeros años son cifras de ganancia.

Tabla 18 Balance Proyectado

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	128.258,64	159.327,51	-31.068,86
2018	129.695,14	161.813,02	-32.117,88
2019	131.147,72	164.337,30	-33.189,57
2020	132.616,58	166.900,96	-34.284,38
2012	134.101,89	169.504,62	-35.402,73
2022	135.603,83	172.148,89	-36.545,06

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Sergio Tana

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico de un proyecto es un proceso interactivo al cual las demás investigaciones se refieren al estudio de factibilidad en el cual se evidencia los conocimientos profundos de la planificación del proyecto”.(Martin V. E., 2004, pág. 123)

En este punto del proyecto se analizan las unidades físicas del proyecto tales como maquinaria, equipos, insumos y otros procesos de producción. En este caso el estudio técnico precisara el lugar de la empresa los aspectos técnicos y monetarios de la ingeniería del proyecto.

Además se analiza la localización óptima de la empresa lo que se piensa obtener, desde luego analizando el tipo de riesgo que se va a tener, de igual forma se decide el lugar y el diseño adecuado para la localización de los diferentes departamentos, en si es el lugar donde se permite analizar la parte importante del proyecto en el cual el negocio va a funcionar de una manera correcta.

4.01 Tamaño del Proyecto

“El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción de un bien o servicio de la misma forma a la magnitud del proyecto el cual se está formulando, puesto que cada proyecto tiene características particulares”.(Posas, 2005, pág. 210)

4.01.01 Capacidad Instalada

Tabla 19 Capacidad Instalada

<i>Capacidad Instalada</i>	
Trabajadores	2
Capacidad de Producción Diaria	900
Capacidad de Producción Mensual	18000
Capacidad de Producción Anual	216000
Precio	0,23
Total	\$ 49.680,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tana Sergio

Es la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de la planta y equipo, en teoría es uno de los factores de la producción y comprende el conjunto de bienes materiales que habiendo sido creados por el hombre son utilizados para producir otros bienes o servicios. (Sepulveda, 2004, pág. 190)

4.01.02.01 Variable de Viabilidad

La viabilidad de un proyecto empresarial a menudo se entiende como su viabilidad económica. Como se ha podido ver, hay más factores en juego, pero es cierto que el objetivo final de crear una empresa es la generación de riqueza, por lo que el elemento económico es fundamental. Si la empresa no va a ganar dinero, no es viable.

4.01.02 Capacidad Óptima

Tabla 20 Capacidad Óptima

Capacidad Optima	
Trabajadores	2
Capacidad de Producción Diaria	900
Capacidad de Producción Mensual	18000
Capacidad de Producción Anual	216000
% De Aceptación	0,85
Total	183600
% De Frecuencia	0,9
Total	165240
Precio	0,23
Total	38.005,20

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tana Sergio

La capacidad óptima es la forma o dimensión en la que se realizara la estructura de la organización, es el análisis de cada uno de los departamentos.

El principal objetivo de esta etapa es dar una óptima utilización a todas las partes que fueron destinadas a cada uno de los departamentos de la empresa, sin que hubiese espacios que no sean utilizados de una manera correcta.

4.02 Localización

En la localización de un proyecto una de las decisiones claves en el proceso de un sistema productivo es su localización, donde estará ubicado el negocio.

Se analiza en donde la empresa funcionar en función del tipo de negocio que pondrá en marcha, analizando las circunstancias del país y el tipo de ambiente.

4.02.01 Macro Localización

“El estudio de la localización tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel de beneficios para los usuarios y para la comunidad”.(Tovar, 2000, pág. 185)

Tabla 21 Macro Localización

MACROLOCALIZACION

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Guayllabamba
Sector	Norte de Quito

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Sergio Tana

La ubicación de la empresa se encuentra ubicada en la provincia de pichincha aproximadamente a 25 km al noreste de Quito debido a que es un lugar estratégico para las florícolas debido a su clima y a la fácil obtención del terreno en grandes aéreas.

4.02.02 Micro – Localización

“Esta elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, estará dentro de la región y de igual forma aquí se. Hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido previamente”.

(Rivera, 2012, pág. 141)

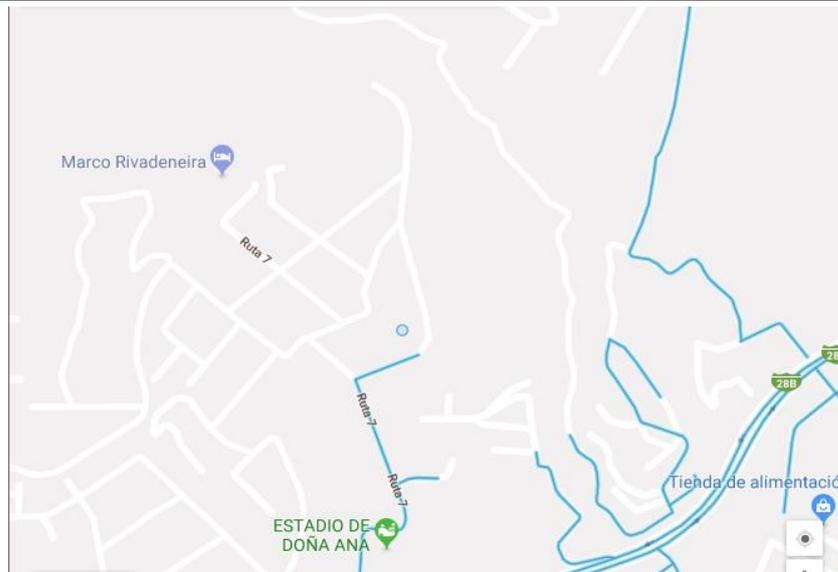


Figura 22 Ruta 7
Fuente: Google Maps

Para la micro localización se ha tomado el lugar del sector de Guayllabamba Barrio San Vicente y ruta 7 ya que en este sector los terrenos son más baratos de conseguir y el suelo es apropiado para este tipo de proyecto.

4.02.03 Localización óptima

“La elección de la ubicación óptima para un proyecto es una tarea de complejidad debido a la gran cantidad de factores que influyen, esto debido a que es prácticamente imposible encontrar un lugar que cumpla con todas las cualidades requeridas”.(Alvares, 2000, pág. 54)

Se establecerá una matriz en la cual se analizarán los sectores en los que debería ser ubicado la empresa, esto con respecto a los diferentes factores que tiene un lugar específico, analizando de acuerdo a una ponderación.

Tabla 22 Análisis Instalación Adecuada

		Guayllabamba		Cusubamaba		El Quinche	
Factor relevante	Peso	Califica	Total	Califica	Total	Califica	Total
Cercanía al pueblo	0,1	8	0,8	8	0,8	8	0,8
Seguridad	0,2	8	1,6	7	1,4	7	1,4
Servicios básicos	0,3	10	3	8	2,4	8	2,4
Vías de acceso	0,1	9	0,9	8	0,8	9	0,9
Transporte	0,1	9	0,9	9	0,9	8	0,8
Costo de renta	0,05	9	0,45	8	0,4	8	0,4
Tamaño	0,15	9	1,35	7	1,5	8	1,2
TOTAL	1		9		7,75		7,9

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Tana Sergio

El estudio demuestra que la localización de el barrio san Vicente ruta 7, de acuerdo a los factores tomas en cuenta, Cercanía al Pueblo, Seguridad, Servicios Básicos, Vías de Acceso, Transporte, Costo de Renta y Tamaño, los cuales mediante el cálculo de este se logro obtener un resultado de 9 calificación mayor en comparación a las otras direcciones mencionadas.

4.03 Ingeniería del Proyecto

Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, de la misma forma comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio(Talledos, 2012, pág. 34)

El principal objetivo del estudio del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

4.03.01 Definición del producto y servicio

SERVICIO

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera del producto o del servicio básico como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación del mismo.

PRODUCTO

“Un Producto es todo aquello que puede ser utilizado con un fin en específico. Es el resultado de una serie de procedimientos para armar, construir, fabricar y elaborar algún objeto con una función útil para las personas”.(Producto, 2013)

Producto es una serie de características con formas, colores y atributos el mismo que es un bien o servicio que satisface alguna necesidad determinada.

4.04.01 Razones de cercanía (simbología)

Tabla 23 Simbología Razones de Cercanía

Letra	Orden de proximidad
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente importante
I	Importante

O Ordinario

U Indiferente

X Indeseable

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Sergio Tana

Tabla 24 Simbología Razones de Cercanía

Nº	Factor
1	Por peligro
2	Por cercanía del proceso
3	Por higiene
4	Por contaminación
5	Por ruido
6	Por razones administrativas

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Sergio Tana

4.04.02 Matriz Cruzada SLP

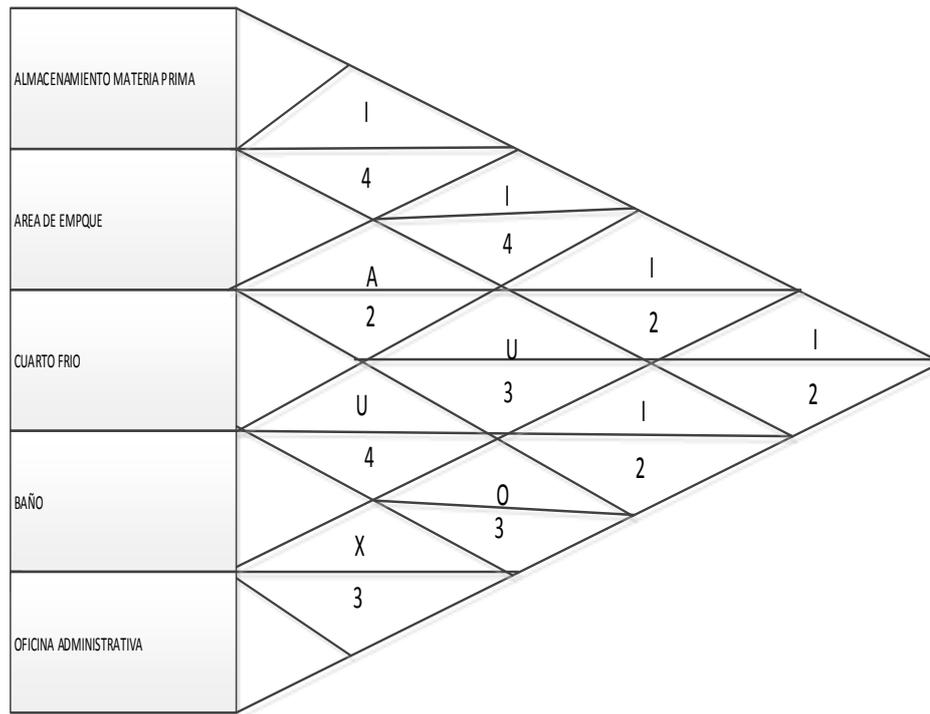


Figura 23 Matriz SLP
Fuente: Investigación de Campo

4.04.04 Distribución de la planta

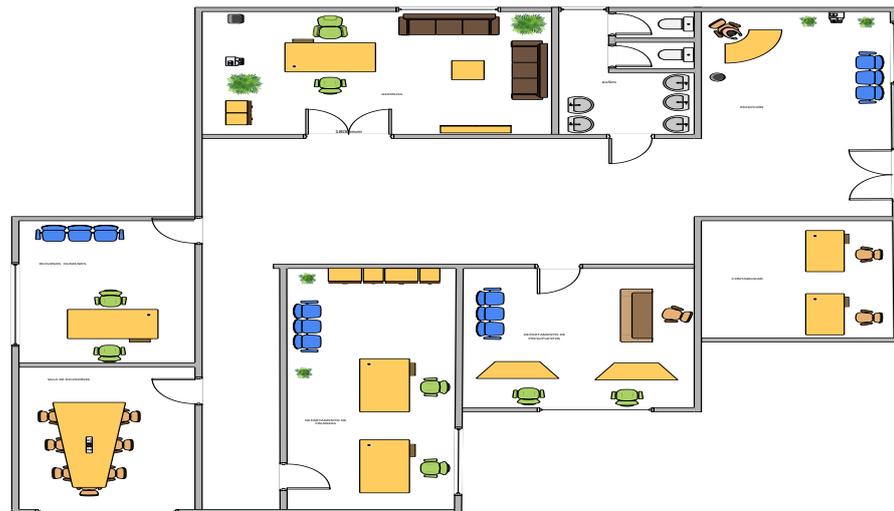
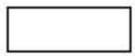


Figura 24
Fuente: Investigación de Campo

4.04.05 Proceso productivo

Proceso productivo se designa a aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o de un servicio. Cabe destacarse entonces que las mencionadas operaciones, acciones, se suceden de una manera, dinámica, planeada y consecutiva y por supuesto producen una transformación sustancial en las sustancias o materias primas utilizadas para ser comercializado.

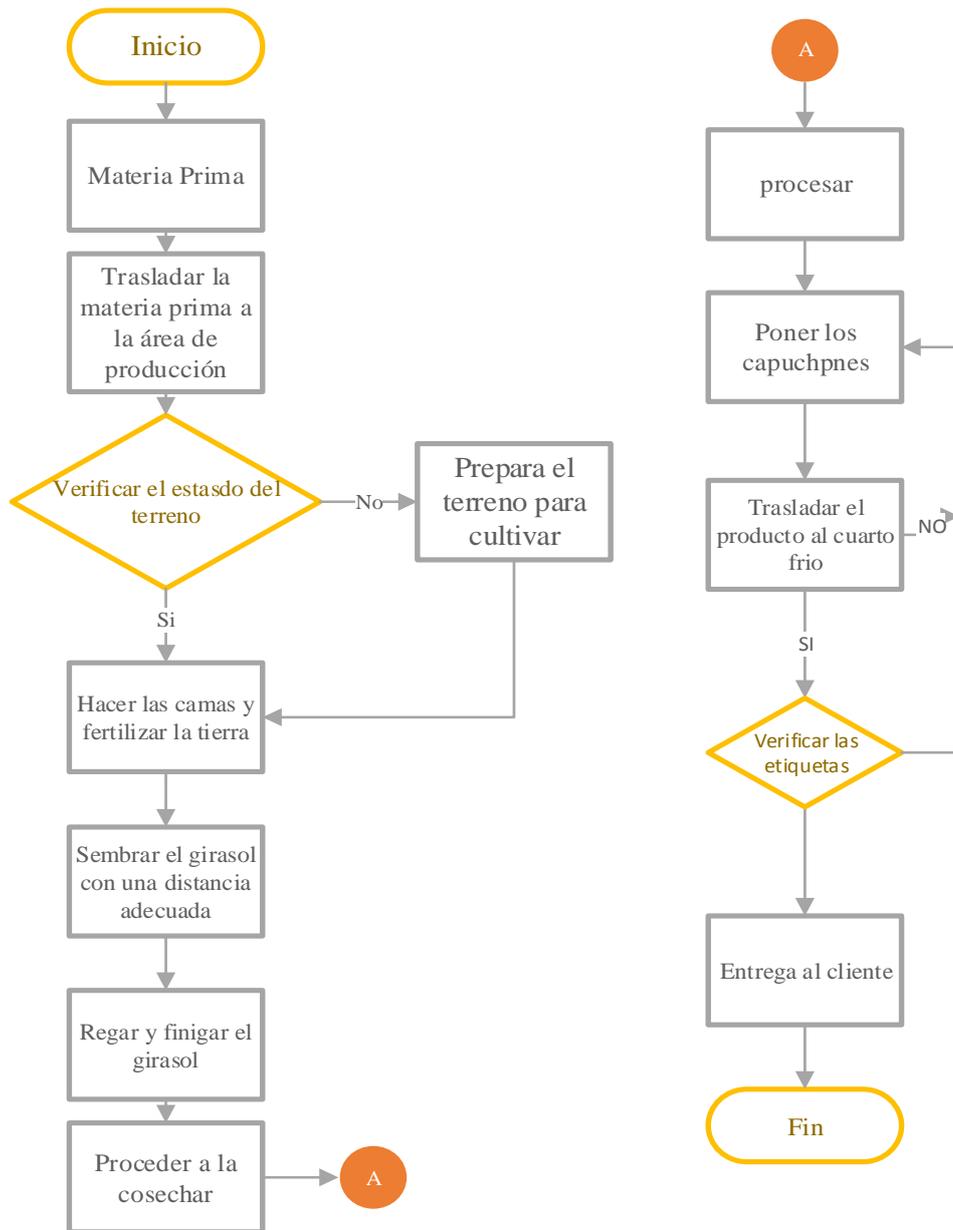
Tabla 25 Simbología del Diagrama de Flujo Metodología (ANS)

Símbolo	Nombre	Descripción
	Inicio o terminado	Señala donde inicia o termina un proceso
	Actividad	Representa la ejecución de una o más tareas de un procedimiento
	Decisión	Indica las operaciones que se pueden seguir en caso de que sea necesario tomar alternativas
	Conector	Mediante este símbolo se puede unir, cuando las tareas quedan separadas físicamente en el diagrama
	Conector de página	Mediante este símbolo cuando las tareas quedan separadas en diferentes páginas, dentro de un símbolo
	Documento	Representa un documento formato o cualquier escrito que se recibe, elabora o envía
	Almacenamiento	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Tana Sergio

Tabla 26 Flujo grama del Proceso de Producción



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Tana Sergio

4.05 Determinación de Mobiliario y Equipo

El mobiliario, equipo y maquinaria a utilizar la empresa es el siguiente

Tabla 27 Maquinaria y Equipo

MOBILIARIO Y EQUIPO				
Nº	DETALLE	CANTID A	V/U	V/T
1	MOBILIARIO			
1.1	Mueble de oficina	2	\$ 250	\$ 500
1.2	Silla de oficina	2	\$ 35	\$ 70
1.3	Estantería	1	\$ 80	\$ 80
2	EQUIPO DE COMPUTACION			
2.1	Computadora Intelcore 5. 750 GB	2	\$ 480	\$960
2.2	Impresora multifunciones Epson	1	\$ 80	\$ 80
3	EQUIPO DE OFICINA			
3.1	Internet	1	\$ 80	\$ 80
3.2	Teléfono	2	\$ 60	\$ 120
4	MAQUINARIA			
4.1	Bomba de agua 2HP	1	\$ 560	\$ 560
4.2	Bomba para fumigar cóndor val	1	\$ 85	\$ 85
4.3	Aspersores	2	\$ 15	\$ 30
4.4	Tanque de agua plastigama 100 Lit.	1	\$ 100	\$ 100
4.5	Manguera agua 200m	1	\$ 160	\$ 160
4.6	Azadón	2	\$ 15	\$ 30
4.7	Palas de manilla	2	\$ 15	\$ 30
4.8	Rastrillos	2	\$ 4	\$ 8
4.9	Tijeras felcom	2	\$ 20	\$ 40
5.0	Piola roja	1	\$ 1,50	\$ 1,50
TOTAL		19		\$ 3,574.50

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Sergio Tana

4.05.01 Proveedores de Mobiliario y Equipo

Tabla 28 proveedores

N°	DETALLE	PROVEDORES	
	MOBILIARIO		
	Mueble de oficina		
	Silla de oficina		
	Estantería		
	EQUIPO DE COMPUTACION	Empresa POINT	
	Computadora Intel Core 5. 750 GB		
	Impresora multifunciones Epson		
	EQUIPO DE OFICINA	Empresa Intel	
	Internet		
	Teléfono		
	MAQUINARIA	Idrosystem`s	Proveedor local
	Bomba de agua 2HP		
	Bomba para fumigar cóndor val		
	Aspersores		
	Tanque de agua plastigama100 Lit.		
	Manguera agua 200m		
	Azadón	Ferretería Gordon	
	Palas de manilla		
	Rastrillos		
	Tijeras felcom	Campo verde	Proveedor local

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Sergio Tana

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como objetivos principales el conocer la inversión o financiamiento necesario para el negocio, determinar los ingresos esperados, la tasa interna de rendimiento y de retorno de la inversión, así como el tiempo requerido para alcanzar el punto de equilibrio. (Palacio, 2012, pág. 259)

Consiste en ordenar la información de carácter monetario, es decir todo lo relacionado con inversiones, ingreso y gastos los que se pueden deducir de los estudios previos para elaborar y deducir los datos adicionales y evaluar el proyecto y determinar la rentabilidad del proyecto.

5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

Los ingresos son toda lo que una empresa recibe por las ventas de sus productos o servicios.

Tabla 29 Ingresos

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Productos	Q	V/U Ingreso	Q	V/U Ingreso	Q	V/U Ingreso	Q	V/U Ingreso	Q	V/U Ingreso	Q	V/U Ingreso		
Girasoles	156060	\$	156105 0,23	35904,83	156150	0,23	35915,86	156195	0,23	35926,90	156240	0,23	35937,93		
		0,23	35.893,80												
TOTALES	156060		156105 0,23	35.893,80	156150 0,23	35.904,83	156195 0,23	35.915,86	156240 0,23	35.926,90	156240 0,23	35.937,93			

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

5.02 Costos

Es el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar, a cambio de bienes o servicios que se adquieren.

Tabla 30 Materia prima

COSTO UNITARIO		
DESCRIPCION	COSTO	PORCENTAJE
Semillas de girasol	\$ 0,02	18,51%
Ligas	\$ 0,010	9,26%
Capuchones	\$ 0,01	9,26%
Operario 1	\$ 0,03	25,95%
Operario 2	\$ 0,03	27,77%
Etiqueta	\$ 0,01	9,26%
		0,00%
TOTAL UNITARIO	\$ 0,11	100,00%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

5.02.01 Costos directos

“La técnica de los costos directos se basa en la división de los elementos del costo en variables y fijos”(Perez, 2005, pág. 73).

Es la técnica de aplicación de los costos a los ingresos para determinar la utilidad del periodo, estos costos se pueden definir como aquellos que son causados por el acto de producir.

Tabla 31 Costos indirectos de fabricación

COSTOS DIRECTOS		
Descripción	Valor	
	Mensual	Anual
Materia Prima	\$ 275,40	\$
		3.304,80
Mano de obra Directa	\$ 772,00	\$
		9.264,00
Prestaciones sociales	\$ 318,94	\$
		3.827,27
Total		\$
		16.396,07

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana*

5.02.01.01 Mano de Obra Directa (MOD)

Tabla 32 Mano de Obra Directa

Mano de obra directa			
Detalle	Descripción	Cantidad	valor mensual
Salario	Operario 1	1	\$ 386,00
Salario	Operario 2	1	\$ 386,00
Total			\$772,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

5.02.02 Costos Indirectos

“Los costos indirectos son costos que afectan la producción pero que no pueden ser asignados directamente al producto, son costos de gran importancia ya que son necesarios para la planeación, el presupuesto, la toma de decisiones”.(Contable, 2016, pág. 13)

Tabla 33 Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS			
Detalle	Valor mensual	valor anual	
Servicios Básicos	\$ 7,12	\$ 85,44	
Útiles de aseo	\$ 1,79	\$ 21,50	
costos indirectos	\$ 550,80	\$ 6.609,60	
Útiles de oficina	\$ 1,18	\$ 14,20	
Depreciación de Maquinaria		\$ 93,80	
Total		\$ 6.824,54	

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

5.02.03 Gastos Administrativos

“Los gastos, al contrario de las inversiones, no se recuperan por lo tanto afectan directamente las utilidades del proyecto y son un parámetro importante en la búsqueda de la viabilidad económica del mismo”.(Mejia, 2915, pág. 45)

Son gastos administrativos aquellos que se contrajeron en el control de una organización, pero no directamente con la financiación, comercialización o las operaciones de producción.

Tabla 34 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Descripción	Valor		Valor
	mensual		
Sueldos	\$ 570,00		\$ 6.840,00
Prestaciones Sociales	\$ 180,58		\$ 2.166,92
Servicios básicos	\$ 13,70		\$ 164,40
Útiles de Aseo	\$ 1,67		\$ 20,00
Útiles de Oficina	\$ 4,33		\$ 52,00
Arriendo	\$ 50,00		\$ 600,00
Depreciación equipo de computo	-		\$ 300,00
Depreciación de Equipo de Oficina	-		\$ 6,90
Depreciación muebles y enseres	-		\$ 33,00
TOTAL			\$ 10.183,22

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana*

5.02.04 Costo de ventas

Son gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta. (Nunes P. , 2006, pág. 186)

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los Gastos en que se incurre al realizar las ventas.

Tabla 35 Costo de ventas

Gastos de Venta		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
servicios básicos	\$ 7,40	\$ 88,80
Publicidad	\$ 0,83	\$ 10,00
TOTAL		98,80

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana*

5.02.05 Costos financieros

“Son todos aquellos gastos que derivan de la obtención de financiación o titularidad de cualquier pasivo financiero. Afectan tanto a las empresas como a los individuos”.(Areas, 2015, pág. 230)

Los gastos financieros forman parte de la partida de gastos deducibles de la actividad económica.

5.02.05 Costos fijos y variables

Son aquellos que deben pagar, independiente del nivel de producción de tu negocio, los variables son aquellos que deberás pagar para producir tus productos o prestar tus servicios.

Mientras mayor sea el volumen de tu producción, más costos variables deberás pagar.

5.02 Inversiones

“Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias”.(Bembibre, 2009)

Tabla 36 Cuadro de inversiones

	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANC O	PROVEEDORE S
INVERSIONES FIJAS	\$ 2.752,00	\$ 2.752,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Maquinaria y Equipo	\$ 938,00	\$ 938,00		
Muebles y Enseres	\$ 630,00	\$ 630,00		
Equipo de Computo	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00		
Equipo de oficina	\$ 144,00	\$ 144,00		
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 237,00	\$ 237,00		\$ 0,00
		\$ 0,00		
Gastos de Organización	\$ 233,00	\$ 233,00		
Capacitación de Personal	\$ 0,00	\$ 0,00		
Gastos de Publicidad	\$ 4,00	\$ 4,00		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 237,00	\$ 237,00		\$ 0,00
Materia Prima Existente	\$ 275,40	\$ 275,40		
Servicios Básicos	\$ 7,12	\$ 7,12		
Mano de obra directa	\$ 772,00	\$ 772,00		
Arriendo	\$ 50,00	\$ 50,00		
TOTAL	\$ 3.226,00	\$ 3.226,00	\$ 0,00	\$ 0,00

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana*

5.02.01 Inversión Fija

La inversión de activos fijos se refiere a la compra de bienes tangibles como, terrenos edificios, vehículos muebles y enseres.

Tabla 37 inversión fija

INVERSION FIJA						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	-938,00					469,00
Muebles y Enseres	-630,00					315,00
Equipo de Computo	-1.040,00					520,00
Equipo de Oficina	-144,00			-144,00		72,00
TOTAL	-2.752,00			-144,00		1.376,00

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana*

5.02.01.01 Activos fijos

Son bienes de una Empresa, los mismos que pueden ser tangibles o intangibles y que no pueden convertirse en líquidos a corto plazo de la misma forma son necesarios para el funcionamiento de la compañía.

Tabla 38 Activos fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 938,00
Muebles y Enseres	\$ 630,00
Equipo de Computo	\$ 1.040,00
Equipo de oficina	\$ 144,00
TOTAL	\$ 2.752,00

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana*

5.02.01.02 Activos nominales

Los activos nominales o diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y no son recuperables por la Empresa.

Tabla 39 activo nominales

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	\$ 233,00
Gastos de Instalación	\$ 0,00
Capacitación de Personal	\$ 0,00
Gastos de Publicidad	\$ 4,00
TOTAL	\$ 237,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sergio Tana

5.02.02 Capital de trabajo

El capital de trabajo es una medida que las Empresas tienen para de esta forma continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

Tabla 40 Capital de trabajo

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existente	\$ 275,40	\$ 275,40	\$ 275,40
Servicios Básicos	\$ 7,12	\$ 7,12	\$ 7,12
Mano de obra directa	\$ 772,00	\$ 772,00	\$ 772,00
Arriendo	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
TOTAL	\$ 1.104,52	\$ 1.104,52	\$ 1.104,52

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sergio Tana

5.02.03 Fuentes de financiamiento y usos de fondo

“Para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios”.(Luis L. B., 2014, pág. 192)

La importancia que tienen tanto los financiamientos a Corto o Largo Plazo que diariamente utilizan las distintas organizaciones, brindándole la posibilidad de mantener una economía y una continuidad de sus actividades comerciales estable y eficiente y por consecuencia otorgar un mayor aporte al sector económico al cual participan.

5.02.04 Amortizaciones

“El término amortización de préstamos se refiere a la determinación de los pagos iguales y periódicos del préstamo. Estos pagos brindan a un prestamista un rendimiento de intereses específico y permiten reembolsar el principal del préstamo en un periodo determinado”.(Gitman, 2012, pág. 204)

5.02.05 Depreciaciones

“La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo”.(Burguillo, 2016, pág. 17)

La depreciación permite aproximar y ajustar el valor del bien a su valor real en cualquier momento en el tiempo.

Tabla 41 Depreciaciones

DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACIONES				
			año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria y Equipo	\$ 938,00	10	\$ 93,80	\$ 93,80	\$ 93,80	\$ 93,80	\$ 93,80
Muebles y Enseres	\$ 330,00	10	\$ 33,00	\$ 94,00	\$ 94,00	\$ 94,00	\$ 94,00
Equipo de oficina	\$ 69,00	10	\$ 6,90	\$ 37,60	\$ 37,60	\$ 37,60	\$ 37,60
Equipo de Computación	\$ 900,00	3	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 433,70	\$ 525,40	\$ 525,40	\$ 525,40	\$ 525,40

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana*

5.02.06 Estado de situación inicial

Tabla 42 Estado de situación inicial

Balance General			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		\$ 50,00	PASIVO CORRIENTE
Bancos	\$ 50,00	Cuentas por pagar	-
		Total Pasivo Corriente	-
ACTIVOS NO CORRIENTE		\$ 2.752,00	
Propiedad planta y equipo	\$ 2.752,00	PASIVO LARGO / PLAZO	\$ 0,00
Equipo de Oficina	\$ 144,00	Préstamo L/P	\$ 0,00
Maquinaria o Equipos	\$ 938,00	TOTAL DE PASIVO	\$ 0,00
Equipo de Computo	\$ 1.040,00	PATRIMONIO	\$ 3.039,00
Muebles y Enseres	\$ 630,00	Capital	\$ 3.039,00
OTROS ACTIVOS	\$ 237,00		
Gastos d Organización	\$ 233,00		
Gastos de Instalación	\$ 0,00		
Gastos de Publicidad	\$ 0,00		
Capacitación personal	\$ 4,00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 3.039,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 3.039,00

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana*

5.02.07 Estado de resultados proyectado

Tabla 43 Estado de resultados proyectado

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 38.005,20	\$ 38.016,96	\$ 38.028,73	\$ 38.040,49	\$ 38.052,25
SERVICIOS TOTALES	\$ 38.005,20	\$ 38.016,96	\$ 38.028,73	\$ 38.040,49	\$ 38.052,25
INFLACIÓN:	0,19%				
	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 23.220,61	23264,72635	\$ 23.308,93	\$ 23.353,22	\$ 23.397,59
COSTO DIRECTO	\$ 16.396,07	\$ 16.427,22	\$ 16.458,43	\$ 16.489,70	\$ 16.521,03
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 6.824,54	\$ 6.837,51	\$ 6.850,50	\$ 6.863,51	\$ 6.876,55
GASTOS DE VENTAS	\$ 98,80	\$ 98,99	\$ 99,18	\$ 99,36	\$ 99,55
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 10.183,22	\$ 10.202,57	\$ 10.221,95	\$ 10.241,37	\$ 10.260,83
GASTOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DEPRECIACIÓN	\$ 433,70	\$ 525,40	\$ 525,40	\$ 525,40	\$ 525,40
UTILIDAD BRUTA	\$ 4.068,87	\$ 3.925,28	\$ 3.873,27	\$ 3.821,13	\$ 3.768,88
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 610,33	\$ 588,79	\$ 580,99	\$ 573,17	\$ 565,33
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 3.458,54	\$ 3.336,49	\$ 3.292,28	\$ 3.247,96	\$ 3.203,55
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD NETA	\$ 3.458,54	\$ 3.336,49	\$ 3.292,28	\$ 3.247,96	\$ 3.203,55

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sergio Tana

5.02.08 Flujo de caja

Tabla 44 Flujo de caja

DETALLE	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 38.005,20	\$ 38.016,96	\$ 38.028,73	\$ 38.040,49	\$ 38.052,25
SERVICIOS TOTALES	\$ 38.005,20	\$ 38.016,96	\$ 38.028,73	\$ 38.040,49	\$ 38.052,25
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 23.220,61	\$ 23.264,73	\$ 23.308,93	\$ 23.353,22	\$ 23.397,59
COSTO DIRECTO	\$ 16.396,07	\$ 16.427,22	\$ 16.458,43	\$ 16.489,70	\$ 16.521,03
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 6.824,54	\$ 6.837,51	\$ 6.850,50	\$ 6.863,51	\$ 6.876,55
GASTOS DE VENTAS	\$ 98,80	\$ 98,99	\$ 99,18	\$ 99,36	\$ 99,55
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 10.183,22	\$ 10.202,57	\$ 10.221,95	\$ 10.241,37	\$ 10.260,83
GASTOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DEPRECIACIONES (-)	\$ 433,70	\$ 525,40	\$ 525,40	\$ 525,40	\$ 525,40
UTILIDAD BRUTA	\$ 4.068,87	\$ 3.925,28	\$ 3.873,27	\$ 3.821,13	\$ 3.768,88
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 610,33	\$ 588,79	\$ 580,99	\$ 573,17	\$ 565,33
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 3.458,54	\$ 3.336,49	\$ 3.292,28	\$ 3.247,96	\$ 3.203,55
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD NETA	\$ 3.458,54	\$ 3.336,49	\$ 3.292,28	\$ 3.247,96	\$ 3.203,55
DEPRECIACIONES (+)	\$ 433,70	\$ 525,40	\$ 525,40	\$ 525,40	\$ 525,40
AMORTIZACIONES (+)	\$ 47,40	\$ 47,40	\$ 47,40	\$ 47,40	\$ 47,40
EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 3.939,64	\$ 3.909,29	\$ 3.865,08	\$ 3.820,76	\$ 3.776,35

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

5.03 EVALUACION

Dentro del estudio financiero se procede a la evaluación financiera la misma que permitirá conocer si el proyecto es rentable en conformidad a determinados indicadores financieros.

5.03.01 TMAR (Tasa de descuento)

“La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro”.(Burguillo, 2015, pág. 20)

La tasa de descuento es la suma de la tasa activa mas la tasa pasiva.

Tabla 45 Tasa de descuento

TMAR	
Concepto	Porcentaje
Tasa activa	7,79%
Tasa pasiva	4,91%
TMAR	12,70

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sergio Tana

5.03.02 VAN (Valor actual neto)

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. (CreceNegocios, 2014, pág. 79)

También permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias

opciones de inversión

Tabla 46 Valor actual neto

VAN =	-P	+	FNE 1	FNE 2	FNE 3	FNE 4	FNE 5	
			$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$	
VAN =	\$-3.226,00	+	\$ 2.613,13	\$	\$	\$	\$ 2.450,92	
			+	2.583,05	+	1.499,11	+	2.495,06
			1,15	1,33	1,53	1,76	2,03	
VAN =	\$-3.226,00	+	\$ 2.267,36	\$	\$ 979,29	\$	\$ 1.205,38	
			+	1.944,69	+	+	1.414,22	
VAN =	\$-3.226,00	+	\$ 7.810,94					
VAN =	\$ 4.584,94							

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sergio Tana

Análisis

Mediante este indicador se puede decir que el proyecto en su vida útil tiene un valor actual neto de \$4584,94 tomando en cuenta que la inversión fue de \$3226,00 por lo que el indicador es aceptable en el proyecto.

5.03.03 TIR

“Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto”.(Arias, 2015, pág. 139)

Nos da una medida relativa de la rentabilidad, es decir, va a venir expresada en tanto por ciento.

Tabla 47 TIR

VAN =	-P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-\$ 3.226,00	+	\$ 2.613,13	+	\$ 2.583,05	+	\$ 1.499,11	+	\$ 2.495,06	+	\$ 2.450,92
			1,70		2,87		4,87		8,25		13,99
VAN =	-\$ 3.226,00	+	\$ 1.541,66	+	\$ 899,06	+	\$ 307,83	+	\$ 302,27	+	\$ 175,17
VAN =	-\$ 3.226,00	+	\$ 3.226,00								
TIR =	69,50%										

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

Análisis

Mediante el análisis del TIR se puede observar que este indicador tiene un valor de 65,50% lo cual indica que el proyecto es viable, ya que el mismo está dentro de lo establecido por lo que es factible continuar con el proyecto.

5.03.04 PRI (Periodo de la recuperación de la inversión)

“Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión”.(Váquiro, 2010, pág. 111)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Tabla 48 Periodo de la recuperación de la inversión

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
Actualizado					
0	-\$ 3.226,00	-\$ 3.226,00	1,00	-\$ 3.226,00	-\$ 3.226,00
	3.226,00				
1	\$ 3.939,64	\$ 713,64	0,89	\$ 3.495,69	\$ 269,69
2	\$ 3.909,29	\$ 4.622,93	0,79	\$ 3.077,87	\$ 3.347,56
3	\$ 2.825,08	\$ 7.448,01	0,70	\$ 1.973,60	\$ 5.321,15
4	\$ 3.820,76	\$ 11.268,77	0,62	\$ 2.368,40	\$ 7.689,55
5	\$ 3.776,35	\$ 15.045,12	0,55	\$ 2.077,08	\$ 9.766,63

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana*

Análisis

Mediante el análisis de este indicador se concluye que la empresa recuperará la inversión en 2 años 11 meses.

5.03.05 Relación costo beneficio (RBC)

“La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto”.(Váquiro, 2010, pág. 113)

Tabla 49 Relación costo beneficio

PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	C ACTUALIZ
1	\$ 38.005,20	\$ 38.005,20	\$ 23.220,61	\$ 23.220,61
2	\$ 38.016,96	\$ 38.016,96	\$ 23.264,73	\$ 23.264,73
3	\$ 38.028,73	\$ 38.028,73	\$ 16.458,43	\$ 16.458,43
4	\$ 38.040,49	\$ 38.040,49	\$ 23.353,22	\$ 23.353,22
5	\$ 38.052,25	\$ 38.052,25	\$ 23.397,59	\$ 23.397,59
		\$ 190.143,63		\$ 109.694,57
RBC =	1,73			

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

Análisis

Se puede observar que por cada dólar que se invierte en el proyecto se obtiene una ganancia de \$0.73 lo cual es un excelente indicador de rentabilidad del proyecto.

5.03.06 Punto de equilibrio

“Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos”.(Merino, 2009, pág. 36)

Tabla 50 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
P.E. =			
		CF	
		p - Cvu	
Costos Fijos: Valor			
Gastos Administrativos		\$ 10.183,22	
Gastos de Ventas		\$ 98,80	
Gastos Financieros		\$ 0,00	
TOTAL COSTOS FIJOS		\$ 10.282,02	
Costo Variable unitario		\$ 0,11	
Precio		\$ 0,23	
PE =			
		CF	
		p - Cvu	
PE =		\$ 10.282,02	
		\$ 0,23	- \$ 0,11
PE =		\$ 10.282,02	= 85456 U
		\$ 0,12	
DEMOSTRACION			
VENTAS		\$ 19.654,94	

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

Análisis

Como se notara, al multiplicar las unidades por el precio, se obtiene el valor de las ventas, que al restar de su costo variable, da el margen de contribución que es igual a los costos fijos, llegando a establecer el punto de equilibrio.

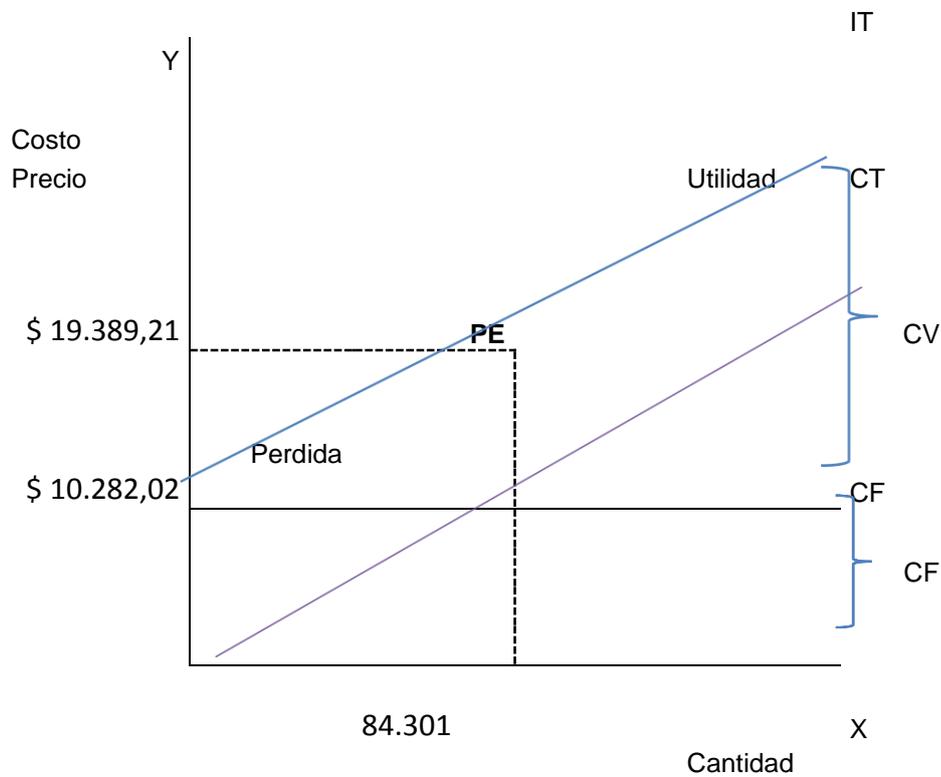


Figura: 25 Punto de equilibrio
Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

5.03.07 Análisis de índices financieros

El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos. (Luis H. C., 2005, pág. 173)

5.04.01 Razón de endeudamiento

“Este ratio de razón de endeudamiento del activo total, sirve para establecer una relación del grado de endeudamiento de una empresa en proporción al total de sus activos”.(Sanjuán, 2015, pág. 140)

5.04.02 ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio)

“Se denomina rentabilidad financiera a aquellos beneficios económicos obtenidos a partir de los recursos propios e inversiones realizadas”.(Pedrosa, 2015, pág. 74)

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio
R.O.E =	3.458,54
	3.226,00
R.O.E =	1,07

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana*

Análisis

La rentabilidad sobre el capital empleado es del 1,07% lo que se puede observar es que el capital si tiende a crecer.

5.04.03 ROA (Rentabilidad del activo)

“Consiste en la relación entre el beneficio obtenido en un determinado período y los activos globales de una empresa”.(Alonso, 2017, pág. 92)

Tabla 52 rentabilidad del activo

R.O.A =	Utilidad Neta
	Activo Total
R.O.A =	3.458,54
	2.752,00
R.O.A =	1,26

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

Análisis

El rendimiento que se obtendrá para la empresa sobre los activos es del 1,26% lo que indica que el activo genera buena rentabilidad para la empresa

5.04.04 ROI (Retorno de la inversión)

Este indicador nos permite medir el rendimiento que hemos obtenido de una inversión.

Tabla 53 Retorno de la inversión

ROI=	<u>UTILIDAD</u>
	<u>NETA</u>
	INVERSIÓN
ROI=	3.458,54
	3.226,00
ROI=	1,07

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Sergio Tana

Análisis

Mediante el análisis se determinara que la rentabilidad sobre la inversión es del 1.07% lo cual indica que si esta dentro de los parámetros establecido, por lo tanto es una razón favorable para la Empresa que está siendo puesta en marcha.

CAPITULO VI

6.1 IMPACTO AMBIENTAL

Sun flower, Empresa florícola podría ocasionar algunos problemas ambientales por contaminación del agua, del el aire, esto debido a que se utilizara productos químicos como lo son los fungicidas pesticidas etc.

Los contaminantes del aire son sustancias químicas que podrían afectar la salud de los seres humanos, animales , plantas, para este proceso productivo de girasoles es muy indispensable utilizar fungicidas los cuales serán preparados y aspergeados sobre el producto, es importante mencionar que dicha emisión no va a generar muchos problemas debido a que no se tratara con frecuencia este producto.

De igual forma los residuos que existirán de la producción del girasol de igual forma serán tratados al momento de remover la tierra con esto se aportara a cuidar el ecosistema ya que estos residuos se convertirán en abono en descomposición.

Soluciones:

- Controlar todos los materiales químicos que se utilicen de una forma que disminuya la contaminación del ambiente.
- Realizar una limpieza de las aéreas de producción reciclando los materiales que no sean biodegradables.

- Aplicación de una buena práctica medioambiental.

Ahorro de energía

Cambiar las luminarias comunes a las ahorrativas

Apagar las luces que no se están utilizando

Mantener desconectados los ordenadores que no se están utilizando.

Uso eficiente del agua

Cambiar los grifos que con frecuencia tienen goteo.

Utilizar bombas que ayude a recibir de una mejor forma el agua de riego.

Gestión de residuos

Separar los residuos dependiendo de la alta contaminación

Reciclar los residuos que generen mayor riesgo contaminante

6.02 Impacto Económico

La elaboración de esta Empresa generara un crecimiento económico importante tanto para el inversionista como para la comunidad ya que generar fuentes de empleo y por ende ingresos.

El impacto económico que generará SunFlower, contribuirá de manera favorable al desarrollo de la comunidad en la que se establecerá la Empresa y a su vez al sector florícola del país.

6.03 Impacto Productivo

Como se sabe en la actualidad se trata de enfatizar el Plan del Buen Vivir, esto con el único fin de implementar el cambio de la matriz productiva, en donde la economía local se convierten en una economía de producción con un valor agregado.

De igual forma se ha visto que el crecimiento de Ecuador en los últimos años a crecido de una forma sustancial tanto en política económica como en tecnología esto a echo que las exportaciones se incrementen a cada año.

Con la implementación de esta Empresa se busca ayudar con la generación de empleos. Esto con el fin de colaborar con al gobierno que pretende fortalecer el sector agrícola, artesanal ofreciendo una diversa gama de productos que beneficien a la economía y al país.

La generación de nuevos proyectos favorece a la producción nacional, ya que otorga un mayor valor a los productos nacionales, favoreciendo en la mayoría a las empresas pequeñas y medianas, dándoles una oportunidad de crecer en el mercado como en ingresos.

6.04 Impacto Social

Con la implementación de un nuevo proyecto representa una oportunidad de progreso, tanto para propietario, colaboradores, proveedores y demás involucrados, es decir, se busca crecer como Empresa y generar nuevas fuentes de empleo el cual ayude a la contribución de una calidad de vida mejor para las familias.

Parte de la responsabilidad social, es ayudar a mantener el cuidado de que en los procesos no se dañe el medio ambiente, con productos que no sean químicos y garanticen el cuidado del ambiente.

CAPÍTULO VII

7.0 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

Realizado todo el estudio financiero se puede concluir que los indicadores como el VAN es de 23.666,29 por lo que el proyecto es viable ya que el mismo es positivo, por otra parte la TIR nos arroja un 45,10% que es mayor a la TMAR con 12,70% por lo que se puede decir que el proyecto es rentable.

Se pretende alcanzar una estrategia comercial como una herramienta para la competitividad de la agroindustria florícola como lo es el girasol a través del desarrollo de planificación estratégica empresarial.

En si el proyecto está enfocado en, la necesidad de un cambio de pensamiento sobre la agricultura, ya que esto permitirá a empresarios, gobiernos y trabajadores, a impulsar el desarrollo regional a través de la integración en los sectores productivos que se encuentran rezagados del resto.

De igual manera se dice que al existir desventajas, también existen algunas ventajas en los que las empresas florícolas pueden posicionarse en los mercados

internacionales con productos agrícolas debido a que Ecuador es uno de los países que exporta la mejor flor hacia el exterior.

Es así como se generan nuevas oportunidades de expansión con productos que no se están exportando, esto es fundamental para la empresa ya que permitirá crecer como organización y como seres humanos que se estará presto a contribuir con la generación de nuevo puestos de trabajo y el crecimiento de la economía nacional.

7.02 Recomendaciones

Las recomendaciones son reparos de cómo y porque utilizar los resultados obtenidos del proyecto de investigación, y de esta forma tomar las mejores decisiones y hacer las correcciones necesarias.

Contar con un organigrama bien estructurado que muestre todos los departamentos que conforman la empresa, y la relación de dependencia que existen entre ellos.

Implementar nuevos métodos que permitan visualizar el alcance del proyecto a futuro con esto se busca mejorar el sistema tanto financiero como productivo.

Capacitar al personal de producción mediante talleres la misma que les permitirá desenvolverse de una mejor manera en sus labores diarias, esto con el único fin de aumentar la producción.

Se recomienda mantener en regla la documentación ya que esto permitirá que tanto el Contador como el Gerente puedan realizar sus funciones de una forma más eficiente al momento de tomar decisiones

Hacer un análisis financiero semestral, con el fin de saber si se están manejando los recursos de una forma adecuada, esto permitirá que el Gerente pueda tomar decisiones acertadas al momento de invertir nuevamente.

Hacer una investigación en el mercado nacional para saber si el producto está siendo competitivo en el mercado, de lo contrario buscar nuevas estrategias que ayuden a levantar el producto.

BIBLIOGRAFIA

ALONSO, M. A. (2017). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de <https://www.gestion.org/que-es-el-roa-y-como-se-calcula/>

ALVAREZ, R. V. (2000). LA EVALUACION DEL PROYECTO EN LA DECISION DE LOS EMPRESARIOS. En R. V. ALVAREZ, *LA EVALUACION DEL PROYECTO EN LA DECISION DE LOS EMPRESARIOS*. MEXICO: FACULTAD DE ECONOMIA.

AREAS, A. S. (2015). *ECONOMIPEDIA*. Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/gastos-financieros.html>

ARFUCH, L. (1995). LA ENTREVISTA UNA INVESTIGACION IDEOLOGICA. En L. ARFUCH, *LA ENTREVISTA UNA INVESTIGACION IDEOLOGICA*. BUENOS AIRES: EDICIONES PAIDOS.

Arias, A. S. (2015). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

AUMAGE, M. (1979). *GUIA PRACTICA DE LA ORGANIZACION ADMINISTRATIVA*. BARCELONA: tecnicos asociados,s.a.

Bembibre, V. (01 de 02 de 2009). *Definición ABC*. Recuperado el 26 de 02 de 2018, de <https://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>

Betancourt, D. (5 de Julio de 2016). *Ingenio Empresa*. Recuperado el 07 de Junio de 2017, de <https://ingenioempresa.com/arbol-de-problemas/>

BORELLO, A. (1994). *EL PLAN DE NEGOCIOS*. MADRID: DIAZ DE SANTOS,S.A.

Burguillo, R. V. (2015). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>

Burguillo, R. V. (2016). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>

Burguillo, R. V. (s.f.). *DEFINICIONES ECONOMICAS*. Recuperado el 21 de 11 de 2017, de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-de-desempleo-paro.html>

C, J. D. (23 de 02 de 2010). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

CARDENAS, R. J. (2016). ANALISIS DEL CONSUMIDOR. En R. J. CARDENAS, *ANALISIS DEL CONSUMIDOR* (pág. 2). UNID.

CARLOS, P. (1993). UNA GUIA PA LA INVESTIGACION. MADRIS: PLUTENSE.

Carrasco, J. R. (04 de febrero de 1979). *el pais*. Recuperado el 29 de 05 de 2017, de problemas actuales de la economía de la empresa:

http://elpais.com/diario/1979/02/04/economia/286930810_850215.html

Colaboradores, E. d. (31 de 02 de 2013). *Enciclopedia Culturalia*. Recuperado el 13 de 12 de 2017, de Enciclopedia Culturalia:

<https://educavital.blogspot.com/2013/01/plaza.html>

Conceptos, E. d. (2017). *Concepto de Oferta*. Recuperado el 31 de 01 de 2018, de

<http://concepto.de/oferta/>

CONTABLE, C. (s.f.). *CONSULTORIA CONTABLE*. Recuperado el 20 de 02 de 2018, de <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/nota.pdf>

CreceNegocios. (17 de 07 de 2014). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <https://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

crecimiento, P. d. (2017). *Producto Interno Bruto*. Recuperado el 30 de 11 de 2017, de Producto Interno Bruto: https://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm

DIAZ, E. J. (2012). *APORTE A LA GESTION PUBLICA*. BARCELONA.

ECONOMIPEDIA. (s.f.). *Comercio, Definiciones, Economía*. Recuperado el 21 de 11 de 2017, de <http://economipedia.com/definiciones/balanza-de-pagos.html>

ECUADOR, B. C. (2017). *SERVICIO DE RENTAS INTERNAS*. Recuperado el 12 de 11 de 2017

FIORANTE, R. (1979). *Notas Sobre La evaluacion de la Naturaleza del cambio tecnologico*. SAN JOSE, COSTA RICA: PROTAAL.

Gardey, J. P. (2008). *Concepto de planificación*. Recuperado el 30 de 11 de 2017, de Concepto de planificación (<https://definicion.de/planificacion/>)

Gardey, J. P. (2009). *Definición de demanda*. Recuperado el 31 de 01 de 2018, de Definición de demanda (<https://definicion.de/demanda/>)

Gardey, J. P. (2010). *Definición de principio*. Recuperado el 30 de 11 de 2017, de Definición de principio (<https://definicion.de/principio/>)

Gardey, J. P. (2008). *PLANEACION ESTARTEGICA*. Recuperado el 30 de 11 de 2017, de <https://definicion.de/planeacion-estrategica/>

Gardey., J. P. (2009). *Definición de product*. Recuperado el 15 de 12 de 2017, de Definición de producto (<https://definicion.de/producto/>)

GARZON, M. (s.f.). *DEFICIT PUBLICO*. Recuperado el 21 de 11 de 2017, de <https://www.bbva.com/es/cartera-creditos-america-latina-crecio-5-anual-primera-parte-2017/>

Gitman, L. J. (2012). *Principios de administración financiera*. Recuperado el 12 de 03 de 2918, de <https://www.gestiopolis.com/que-es-amortizacion/>

Gómez, C. P. (2014). Recuperado el 30 de 11 de 2017, de <https://www.cesarpiqueras.com/guia-para-definicion-de-objetivos/>

González, J. O. (s.f.). *FINANZAS Y PROYECTOS*. Recuperado el 21 de 11 de 2017, de <https://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/>

INEC. (2017). *ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO*,. Recuperado el 22 de 11 de 2017, de ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO,:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf

J.BARRO, R. (1988). *MACROECONOMIA*. En R. J.BARRO, *MACROECONOMIA* (pág. 117). MEXICO: NUEVA EDITORIAL INTERAME.

Josué. (23 de 03 de 2017). *financiamiento.org.m*. Recuperado el 15 de 02 de 2018, de <https://financiamiento.org.mx/gastos-operacionales-y-gastos-no-operacionales/>

KENNEDY, R. L. (2006). *CODIGO DE DERECHO DE LA COMPETENCIA*.

MADRID: ANTONIO CREUS CARRERAS.

LAZAR, L. (2005). COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. En L. LAZAR, *COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR* (pág. 50). PEARSON.

LAZARO.B. (2008). *ECURED*. Recuperado el 27 de 11 de 2017, de <https://www.ecured.cu/Observaci%C3%B3n>

LOBO, A. G. (2009). MANUAL DE PUBLICIDAD. En A. G. LOBO, *MANUAL DE PUBLICIDAD* (pág. 13). MADRID: ESIC EDITORIAL.

Luis, H. C. (03 de 11 de 2005). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/>

Luis, L. B. (26 de 03 de 2014). *Fuentes de financiamiento para las empresas*. Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>

MARTIN, F. A. (2011). LA ENCUESTA UNA PERSPECTIVA GENERAL METODOLOGICA. En F. A. MARTIN, *LA ENCUESTA UNA PERSPECTIVA GENERAL METODOLOGICA* (págs. 6,7). MADRID.

MARTIN, V. E. (2004). PROYECTOS DE INVESTIGACION EN INGENIERIA. En V. E. MARTIN, *PROYECTOS DE INVESTIGACION EN INGENIERIA* (pág. 99). MEXICO: EDITORIAL LINUSA.

Maúrtua, D. M. (s.f.). *CEMPRO*. Recuperado el 11 de Julio de 2017, de <https://sites.google.com/site/disenodeproyectossociales/capitulo-vi>

MEJIA, T. A. (2915). ESTRUCTURA PRESUPUSTAL DE UN PROYECTO. En
T. A. MEJIA, *ESTRUCTURA PRESUPUSTAL DE UN PROYECTO*. BOGOTA :
AIDA MARIA.

Merino, J. P. (2009). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de
(<https://definicion.de/punto-de-equilibrio/>)

Merino., J. P. (2009). *Definición de organigrama*. Recuperado el 30 de 11 de 2017,
de Definición de organigrama (<https://definicion.de/organigrama/>)

Merino., J. P. (2009). *Definición de precio*. Recuperado el 13 de 12 de 2017, de
(<https://definicion.de/precio/>)

MOLINA, I. M. (12 de 08 de 2007). *INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS
NACIONALES* . Recuperado el 16 de 11 de 2017, de INSTITUTO DE ALTOS
ESTUDIOS NACIONALES :
<http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/64/3/Tesis%20Mauricio%20Viteri.pdf>

Montill, F. (2007). *sona economica*. Recuperado el 30 de 11 de 2017, de
<https://m.zonaeconomica.com/riesgo-pais>

Nunes, P. (s.f.). *Ciencias Económicas y Comerciales*. Recuperado el 21 de 11 de
2017, de <http://knoow.net/es/cieeconcom/economia-es/tasa-de-interes-pasiva/>

NUNES, P. (31 de 12 de 2015). *CIENCIAS ECONOMICAS Y COMERCIALES*.
Recuperado el 21 de 11 de 2017, de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-comercial/>

NUNES, P. (17 de 01 de 2006). *knoow.net*. Recuperado el 12 de 03 de 2018, de
<http://knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/gastos-de-venta/>

nvindi. (19 de 12 de 2016). *Creacion de emoresas y emprendedores*. Recuperado el 16 de 05 de 2017, de blogs y emprendedores: <http://www.estartap.com/la-importancia-de-la-contabilidad-en-su-empresa/>

Palacio, E. (23 de 06 de 2012). *El estudio financiero del plan de negocios*.

Recuperado el 15 de 02 de 2018, de

<https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>

Pedrosa, S. J. (2015). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de

<http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-financiera-roe.html>

PEREZ, E. R. (2005). CONTABILIDAD DE COSTOS. En *CONTABILIDAD DE COSTOS*. MEXICO: NRIEGA EDITORES.

PHILIP, K. (2002). *DIRECCION DE MARKETING*. MEXICO: MARIA DE ANTA.

Pierrel JM, T. Y. (2003). *Análisis de Información Científico y Técnica*. Recuperado el 31 de 01 de 2018, de Análisis de Información Científico y Técnica:

http://bvs.sld.cu/revistas/spu/vol33_3_07/spu20207.htm

PORTER, M. (1985). *ANALISIS DE CADENA DE VALOR*. Recuperado el 27 de 11 de 2017, de

<ftp://ftp.espe.edu.ec/GuiasMED/MGP2P/PROCESOS/estudiantes/porter.do>

POSAS, R. R. (2005). LA FORMULACION Y LA EVALUACION DEL PROYECTO. En R. R. POSAS, *LA FORMULACION Y LA EVALUACION DEL PROYECTO* (pág. 115). SANJOSE DE COSTA RICA: UNIVERSIDAD ESTATAL.

PRODUCTO, D. D. (31 de 01 de 2013). *DEFINICION DE PRODUCTO*.

Recuperado el 18 de 01 de 2018, de <http://conceptodefinicion.de/producto/>

PUENTE, C. D. (1993). GUIA PARA LA INVESTIGACION. En C. D. PUENTE, *GUIA PARA LA INVESTIGACION* (pág. 187). MADRID: COMPLUTENSE.

RIVERA, A. H. (24 de 01 de 2012). *MACRO Y MICRO LOCALIZACION*.

Recuperado el 16 de 01 de 2018, de

<http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>

Roldán, P. N. (2017). *Definiciones, Economía*. Recuperado el 30 de 11 de 2017, de <http://economipedia.com/definiciones/organizacion.html>

Sanjuán, F. J. (2015). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de

<http://economipedia.com/definiciones/ratio-razon-endeudamiento-del-activo-total.html>

SEPULVEDA, C. (2004). DICCIONARIO DE TERMINOS ECONOMICOS. En C. S. L, *DICCIONARIO DE TERMINOS ECONOMICOS* (pág. 42). SANTIAGO DE CHILE: EDITORIAL UNIVERSITARIA S.A.

SRI. (20 de 11 de 2017). *SERVICIO DE RENTAS INTERNAS*. Recuperado el 23 de 11 de 2017, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

TALLEDOS, R. (22 de 02 de 2012). *INGENIERIA DEL PROYECTO*. Recuperado el 16 de 01 de 2018, de <https://es.scribd.com/doc/82462250/Ingenieria-del-proyecto>

Thompson, I. (2000). *promonegocios.net*. Recuperado el 30 de 11 de 2017, de <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>

Thompson, I. (04 de 12 de 2006). *promonegocios.net*. Recuperado el 30 de 11 de 2017, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-definicion.html>,

TOVAR, J. K. (2000). MANUAL DE EMPRESARIO EXITOSO. En J. K. TOVAR, *MANUAL DE EMPRESARIO EXITOSO* (pág. 39).

UCHA, F. (10 de 12 de 2013). *Definición ABC*. Recuperado el 16 de 01 de 2018, de Definición ABC.: <https://www.definicionabc.com/economia/proceso-productivo.php>

Váquiro, J. D. (23 de 02 de 2010). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

VAVRA, T. G. (2002). *COMO MEDIR LA SATISFACCION DEL CLIENTE*. F.C. EDITORIAL.

ANEXO N°1 Proceso de producción



ANEXO N°2





ANEXO N°3



APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE PRODUZCA Y COMERCIALICE FLORES DE VERANO, UBICADA EN GUAYLLABAMBA PROVINCIA DE PICHINCHA, 2018

ANEXO N°4



ANEXO N°5



APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE PRODUZCA Y COMERCIALICE FLORES DE VERANO, UBICADA EN GUAYLLABAMBA PROVINCIA DE PICHINCHA, 2018

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS FINAL.docx (D38544436)
Submitted: 5/11/2018 1:27:00 AM
Submitted By: tutoriascordillera@gmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

USHIÑA CAGUANA MISHELLE STEFANIA.pdf (D30298110)
USHIÑA CAGUANA MISHELLE.pdf (D30286375)

Instances where selected sources appear:

6



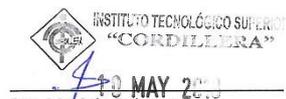


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **Sergio Danilo Tana Lescano**, portador de la cédula de identidad N° 1003279401, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 10 de mayo del 2018



Sra. Mariela Balseca



Adm. Bancaria y Financiera
Ing. Angelica Aldaz
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

