



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**Proyecto De Factibilidad Para La Creación De Una
Microempresa De Comercialización De Plántulas Hortícolas
En La Parroquia De Alangasí - Provincia Pichincha**

AUTORA:

Flores Quishpe Paulina Margorth

**Trabajo De Titulación Previo A La Obtención Del Título
De Ingeniería Comercial**

TUTORA:

Mgs. Traverso Holguín Paola Alexandra, Ing.

**Guayaquil, Ecuador
23 de febrero del 2021**



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por: **Flores Quishpe, Paulina Margoth**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera Comercial**.

TUTORA

f. _____

Mgs. Traverso Holguín Paola Alexandra, Ing.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Econ. Pico Versoza, Lucía Magdalena, Mgs.

Guayaquil, a los 23 días de mes de febrero del año 2021



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Flores Quishpe, Paulina Margoth

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, “ **Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de comercialización de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí- Provincia Pichincha**” previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 23 días del mes de febrero del año 2021

EL AUTOR (A)

f. _____
Flores Quishpe, Paulina Margoth



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Flores Quishpe, Paulina Margoth**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “**Proyecto De Factibilidad Para La Creación De Una Microempresa De Comercialización De Plántulas Hortícolas En La Parroquia De Alangasí - Provincia Pichincha**” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 23 días del mes de febrero del año 2021

EL (LA) AUTOR(A):

f. _____
Flores Quishpe, Paulina Margoth

REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. On the left, document metadata is shown: 'Documento: Tesis Paulina Flores 100% doc (D96372615)', 'Presentado: 2021-02-23 15:04 (-05:00)', 'Presentado por: pauly_kroni@hotmail.com', 'Recibido: paola.traverso.uccg@analysis.urkund.com', and 'Mensaje: Paulina Flores 100%'. A message preview indicates '3% de estas 51 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes'. On the right, a 'Lista de fuentes' table lists sources like 'TESIS MATEO CORDERO.docx' and various university repository URLs. The main content area shows a financial report for 'Flujo de efectivo escenario pesimista' with a 45% zoom level. The report includes a table with columns for 'AÑO 0' through 'AÑO 5' and rows for 'INGRESOS', 'EGRESOS', 'UTILIDAD BRUTA', 'UTILIDAD OPERACIONAL', and 'UTILIDAD ANTES'. A signature in blue ink is visible over the bottom part of the report.

f. 

Mgs. Traverso Holguín Paola Alexandra, Ing.

f. 

Flores Quishpe, Paulina Margoth

AGRADECIMIENTO

A la facultad de ingeniería de administración de empresas de la universidad católica Santiago de Guayaquil, al personal docente y administrativo que constituyeron a mi formación academia y profesional.

A la Mgs. Traverso Holguín Paola Alexandra, Ing. Por su gran experiencia, sabios consejos y por el tiempo otorgado para desarrollar y coordinar este proyecto un eterno y sincero agradecimiento.

Al Econ. Danny Arévalo por su gran paciencia y guía para cumplir con éxito la meta final propuesta.

A la coordinadora Cecibel Escudero quien estuvo pendiente en mi transcurso académico.

A mis familiares y amigos que estuvieron presentes durante todo este largo recorrido a de mi vida.

DEDICATORIA

A Dios, por ser la luz de mis días siendo guía durante mi vida personal y académica brindándome sabiduría, seguridad y confianza para seguir adelante sin olvidar su amor y humildad logando mi meta final.

A mi Padre Rodrigo y mi madre Pascuala por darme la vida y la facultad de estudiar ya que nunca se rindieron al bríndame su apoyo y consejos fundamentales inculcándome valores que fueron guiándome por un buen camino, y su infinita paciencia siendo un cimiento primordial en toda mi vida demostrándome que con valentía y sacrificio se logra aprender nuevos conocimientos útiles para alcanzar mis objetivos y mi meta final.

A mis abuelitos Antonio, Mercedes, Asunción, Valentín, por sus consejos y su afectuoso cariño.

A mis hermanos William, Xavier y Henry por su apoyo infinito ya que con su ejemplo de vida tengo la dicha de compartir la hermandad y tantas lecciones de la vida.

A mis Sobrinos / as: Antonela, Leonel, Ismael, Marlon, Karen, Sofía, y María Alejandra por ser el mejor regalo de mis hermanos ya que con ellos pude compartir inquietudes, juegos, pensamientos y sentimientos de afecto.

De manera especial a un gran amigo, novio y confidente Klever Morales por su amor, paciencia y apoyo incondicional y profesional en todos los momentos más difíciles, motivándome siempre a seguir adelante para ser cada día mejor.

Paulina Margoth Flores Quishpe



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE
GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Econ. Pico Versoza, Lucía Magdalena, Mgs

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Econ. Arévalo Avecillas, Danny, PHD

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

OPONENTE

CALIFICACIÓN

Guayaquil, 23 de febrero del 2021

Economista

Danny Arévalo Vecillas

COORDINADOR UTE B-2020 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis consideraciones:

MGS. TRAVERSO HOLGUÍN PAOLA ALEXANDRA, ING Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designado TUTOR del proyecto de grado del **PAULINA MARGORTH FLORES QUISHPE**, cúmplase informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avaló el trabajo presentado por el estudiante, titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE PLÁNTULAS HORTÍCOLAS EN LA PARROQUIA DE ALANGASÍ - PROVINCIA PICHINCHA”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 3 % de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2020 a mi cargo, en la que me encuentra (o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE PLÁNTULAS HORTÍCOLAS EN LA PARROQUIA DE ALANGASÍ - PROVINCIA PICHINCHA”** somos la Tutora **MGS. TRAVERSO HOLGUÍN PAOLA ALEXANDRA, ING** de la Srta., **PAULINA MARGORTH FLORES QUISHPE** y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 9,50/10; sobre Diez.

Atentamente,



MGS. TRAVERSO HOLGUÍN PAOLA ALEXANDRA, ING

PROFESORA TUTORA-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN



FLORES QUISHPE PAULINA MARGOTH

INDICE

Introducción	2
Formulación del problema o necesidad:.....	5
(a) Antecedentes.....	5
(b) Contextualización del problema	6
Justificación.....	8
Objetivos	9
(a) Objetivo general	9
(b) Objetivos específicos.....	9
Marco teórico:.....	10
(a) Marco referencial:.....	10
(b) Marco conceptual:	17
(c) Marco Legal.....	21
Preguntas de investigación	26
Metodología:.....	26
a. Diseño de Investigación.....	26
b. Tipo de investigación /Enfoque o naturaleza	27
c. Alcance.....	28
d. Muestra.....	28
e. Técnica de recogida de datos.....	29
f. Análisis de datos	30
Capítulo 1: Análisis del entorno	31
1.1. Análisis Político, Económico, Social y ambiental - PESTA.....	31
1.1.1. Análisis del entorno político	31
1.1.2. Análisis del entorno económico	32
1.1.3. Análisis del entorno social.....	33
1.1.4. Análisis del entorno tecnológico.....	34
1.1.5. Análisis del entorno ambiental	35

1.2.	Las 5 fuerzas de Porter	36
	(F1) Poder de negociación de los compradores o clientes	36
	(F2) Poder de negociación de los proveedores o vendedores.....	37
	(F3) Amenazas de nuevos competidores	37
	(F4) Amenazas de productos sustitutos	38
	(F5) Rivalidad ente los competidores	38
Capítulo 2: Diagnóstico interno de la empresa		40
2.1.	Misión	40
2.2.	Visión.....	40
2.3.	Estructura organizacional	40
	2.3.1. Asignación de Actividades por puesto	41
2.4.	Análisis e identificación de las actividades primarias del negocio (Cadena de Valor)	43
	2.4.1. Infraestructura de la microempresa:.....	43
	2.4.2. Gestión de recursos humanos	44
	2.4.3. Desarrollo de tecnología	44
	2.4.4. Compras	44
	2.4.5. Logística de entrada.....	44
	2.4.6. Operaciones.....	45
	2.4.7. Logística de salida	46
	2.4.8. Marketing y ventas	46
	2.4.9. Servicio	47
2.5.	Comercialización y Ventas	47
2.6.	Servicio Post – Venta	47
2.7.	Descripción y detalle del producto (Especificaciones como materias primas, ingredientes, insumos, productos finales, políticas, normas, estándares)	48
2.8.	Proceso de prestación de servicio o producto:	50
	2.8.1. Proceso de venta de plántulas hortícolas presencial:	50
	2.8.2. Proceso de venta de plántulas hortícolas en finca productora...	52
	2.8.3. Procesos pedidos de plántulas hortícolas.....	53

2.9.	Determinación de la capacidad instalada del negocio	53
2.10.	Costos y características de la inversión.....	54
2.10.1.	Inversión.....	54
2.10.2.	Equipos de Computación y Comunicación	58
2.11.	Muebles de oficina.....	59
2.11.1.	Útiles de oficina	60
2.11.2.	Útiles de limpieza	61
2.11.3.	Movilización	61
Capítulo 3: Estrategia comercial propuesta:		69
3.1.	Segmentación de Cliente.....	69
3.2.	Análisis de resultados de datos recogidos en la encuesta	69
3.3.	Planificación de estrategia a largo plazo para la fidelización de clientes	80
3.4.	Estrategias corporativas	80
3.4.1.	Marketing Mix.....	81
3.5.	Estrategia funcional	86
3.6.	Estrategias de amplia diferenciación	87
3.7.	Estrategias de enfoque de nicho de mercado basado en la diferenciación	87
Capítulo 4: Viabilidad Económica		88
4.1.	Demanda Actual del Mercado	88
4.2.	Crecimiento de la Demanda	88
4.3.	Balance Inicial	90
4.4.	Balance de gastos	91
4.5.	Pronóstico de ventas	92
4.6.	Punto de Equilibrio	95
4.7.	Índices financieros.....	96
4.7.1.	Razón de Endeudamiento.....	100

4.7.2. Rentabilidad sobre ventas.....	100
4.7.3. ROE	101
4.7.4. ROA	101
4.8. Análisis de Sensibilidad.....	102
CONCLUSIONES	113
RECOMENDACIONES.....	115
REFERENCIAS O BIBLIOGRAFÍA.....	116

INDICE DE TABLAS:

Tabla 1	3
Tabla 2.....	54
Tabla 3.....	54
Tabla 4	55
Tabla 5.....	55
Tabla 6.....	56
Tabla 7.....	56
Tabla 8.....	56
Tabla 9.....	57
Tabla 10.....	57
Tabla 11.....	58
Tabla 12.....	58
Tabla 13.....	59
Tabla 14	59
Tabla 15.....	60
Tabla 16.....	60
Tabla 17.....	61
Tabla 18.....	62
Tabla 19.....	62
Tabla 20.....	62
Tabla 21.....	63
Tabla 22	64
Tabla 23.....	65
Tabla 24.....	65
Tabla 25.....	66

Tabla 26.....	68
Tabla 27.....	68
Tabla 28.....	69
Tabla 29.....	70
Tabla 30.....	70
Tabla 31.....	71
Tabla 32.....	72
Tabla 33.....	73
Tabla 34	74
Tabla 35	75
Tabla 36.....	76
Tabla 37.....	76
Tabla 38.....	77
Tabla 39.....	77
Tabla 40.....	78
Tabla 41	78
Tabla 42.....	79
Tabla 43.....	79
Tabla 44.....	83
Tabla 45.....	88
Tabla 46.....	89
Tabla 47.....	90
Tabla 48.....	91
Tabla 49.....	92
Tabla 50.....	93
Tabla 51	95
Tabla 52.....	96

Tabla 53.....	97
Tabla 54.....	98
Tabla 55.....	100
Tabla 56.....	102
Tabla 57.....	103
Tabla 58.....	104
Tabla 59.....	105
Tabla 60.....	106
Tabla 61.....	108
Tabla 62.....	110
Tabla 63.....	112

INDICE DE GRÁFICOS:

Gráfico 1.	14
Gráfico 2.	40
Gráfico 3.	43
Gráfico 4.	48
Gráfico 5.	49
Gráfico 6.	49
Gráfico 7.	51
Gráfico 8.	52
Gráfico 9.	53
Gráfico 10.	81
Gráfico 11.	82

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo analizar la creación y factibilidad de una microempresa comercializadora de plántulas hortícolas, con miras a solucionar la problemática de escasez de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí cantón Quito y sus alrededores.

Para la realización del presente estudio se identificaron aspectos teóricos relevantes mediante la Investigación bibliográfica, para realizar un análisis del entorno PESTA, las 5 fuerzas de Porter, con lo que se logró determinar la situación de la producción hortícola en la parroquia, los competidores cercanos, así también las fortalezas de nuestro proyecto.

En el estudio de mercado conto con una muestra de 173 horticultores, indicándonos que existe una alta demanda de plántulas hortícolas y que nuestro producto tiene buena acogida, ya que en una de nuestras estrategias de mercado es la entrega a domicilio de las plántulas hortícolas, llamando la atención al horticultor de adquirir nuestros productos, ya que el 65 % de los horticultores que producen sus propias plántulas hortícolas están dispuestos a comprarlos.

En la evaluación financiera se obtuvieron los siguientes resultados el VAN fue de 4.389,32 usd, la TIR del 27 %, que cubre al TMAR de 13,11 %. Bajo este escenario el VAN obtenido es mayor a cero por lo tanto el proyecto es viable, y la TIR es del 27 %, siendo mayor al TMAR por lo tanto el proyecto es aceptable. Se observó que el periodo de recuperación de la inversión será al tercer año, con 1 mes y 7 días.

Palabras claves:

Factibilidad, Inversión, Microempresa, Plántulas Hortícolas.

Abstract

This research project aims to analyze the creation and feasibility of a horticultural seedlings marketer microenterprise as to achieve solutions to the problem resulting from the horticultural seedlings in the parish of Alangasí, Quito and its surroundings.

Relevant theoretical aspects were identified by means of bibliographic research in order to carry out a PESTA environmental analysis, as well as the 5 forces of Porter providing vital information on the horticultural production situation the parish experiences, its close competitors, revealing the strengths our project has.

The Market study held sampled 173 horticulturalists pointing out the high demand for horticultural seedlings and the positive acceptance consumers have of our product since one of our market strategies is home delivery of horticultural seedlings, effectively calling horticulturists attention resulting in the acquisition of our product, even if 65% of the gardeners produce their own horticultural seedlings they are willingly open to purchase ours.

The following results are based upon the financial evaluation: the NPV was 4,389.32 usd, the IRR of 27%, which covers the TMAR of 13.11%. Under this scenario, the NPV obtained is greater than zero, therefore the project is viable, and the IRR is 27%, greater than the TMAR, therefore the project is acceptable. The investment recovery period will occur by the third year, 1 month and 7 days.

Keywords:

Feasibility, Investment, Microenterprise, Horticultural seedlings

Introducción

Maguill, (2005) define la microempresa, como un negocio que puede ser de manera personal o familiar en una área del comercio, producción o servicio cuyos empleados pueden ser menor a 10 personas. Pudiendo ser manejada por un solo individuo, familia o la asociación de varias personas que generalmente poseen bajos ingresos. Además otra característica de la microempresa es que el propietario tiene toda la autoridad sobre el manejo de los productos, mercados, precios y además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar.

Las microempresas en parroquia de Alangasí, se dedica principalmente a la actividad de la construcción, seguida de la actividad comercial, manufacturera y la actividad agrícola. La actividad agrícola según el PDOT del 2015, se encuentra desarrollada por 317 casos lo cual representa menos el 3% de la población económicamente activa (PEA). El plan de ordenamiento territorial de la parroquia de Alangasí 2015 (PDOT), hace referencia que en la parroquia existen 13 tipos de actividades a las que se dedica la microempresa en la zona, ver tabla 1.

Tabla 1

Microempresas Ubicadas en la Parroquia de Alangasí Reportadas por el PDOT 2015

Nombre de la Microempresa	Actividad
Ecuaquimica	Agroquímicos y Agrícola
Fábrica de Textiles Padilla	Prendas de vestir
CLAVEC	
Fábrica de palillos Fiesta	Palillos
Fábrica de Edredones	Textil
Fábrica de Medicamentos DIFARE	Medicinas
Fábrica de Plásticos	Plásticos
Fábrica de Hormigón	Construcción
Carrocería Zamora	Metalmecánica
Proyectos Inmobiliarios	Servicios
Fábrica de tubo de Hormigón Betacourt	Material de construcción
Galarami Adoquines decorativos	Material de construcción
Fábrica de cajas fuertes	Metalmecánica

Nota: “Microempresas reportadas en el PDOT 2015 de la parroquia de Alangasí” Tomado de: Actualización del Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Alangasí (2015).

La presente investigación, tiene como objetivo implementar una microempresa dedicada a la comercialización de Plántulas Hortícolas, cabe mencionar que el estudio se realizará en La Parroquia De Alangasí – Provincia de Pichincha, con el fin de mejorar la calidad de los cultivos hortícolas a horticultores locales de la parroquia de Alangasí.

Es decir, que la comercialización de plántulas hortícolas nos permite poner al alcance de variedades de hortalizas de un alto rendimiento, lo que mejora la calidad de los productos cultivados reflejándose esto en un mejor

precio al momento de comercializar sus productos dando importancia al entorno social, ambiental y económico de la población y fomentando el desarrollo productivo.

Con el desarrollo de este proyecto se pretende lograr una microempresa agrícola para ser administrada por mi persona, aplicando todos los conocimientos adquiridos durante la carrera de administración y de esta manera motivar a más estudiantes a la creación de empresas, para su propio manejo.

Considerando que para determinar la viabilidad de este proyecto se lo expone en cuatro capítulos, conclusiones y recomendaciones. En el capítulo 1, se realizará un análisis situacional y del entorno de la parroquia de Alangasí ubicada en la provincia de Pichincha, mediante el análisis PESTA, y las cinco fuerzas de Porter que nos dará a conocer la necesidad de implementar una microempresa de comercialización de plántulas hortícolas en ella y la problemática de este establecimiento.

El capítulo 2, mostrara el diagnóstico de la empresa, su estructura organizacional, la descripción del producto, también la inversión necesaria para la ejecución de la microempresa y los bienes inmuebles que se necesitaran para el funcionamiento de la microempresa.

A continuación, se establece el capítulo 3, que se centrará en la propuesta de crear una microempresa, mediante el estudio de mercado que determinara las principales plántulas hortícolas como son el Tomate riñón y la lechuga cressa las cuales se cultivan mayoritariamente en la parroquia de Alangasí. Se establece un análisis del comportamiento de la oferta y la demanda, así como la determinación del precio, de la comercialización y publicidad.

Para culminar en el capítulo 4, se realizará la viabilidad económica del proyecto mediante indicadores económicos.

Formulación del problema o necesidad:

(a) Antecedentes

La agricultura se la puede definir como la producción de distintas especies vegetales que pueden ser de perennes (planta que vive más de dos años) y de ciclo corto (plantas que viven menos de dos años) las cuales se las comercializa en fresco o se las procesa dándole un valor agregado para su posterior distribución. (Borja, 2015)

Mientras que la horticultura, es el cultivo de especies hortícolas que son cultivados en huertos los cuales son espacio de terreno donde se cultivan las hortalizas pudiendo tener huertos familiares (superficies pequeñas cuya producción es destinada al autoconsumo) y huertos comerciales (superficies mayores a una hectárea cuya producción es destinada a la comercialización interna del país o a la exportación). (Ucha, 2013)

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés), estima que en el Ecuador existe un rubro 310 millones de dólares; de los cuales 188 millones corresponden la producción a hortalizas y 122 millones a la producción de frutales. Con lo mencionado es evidente que la horticultura tiene una gran importancia en el desarrollo económico del país ya que 0,94 % del PIB a nivel nacional, mientras que 10,47 % corresponde al PIB agropecuario. (FAO, 2004)

La horticultura en el Ecuador se encuentra centrada principalmente en la sierra ecuatoriana con una superficie de 123.070 has; según el INEC, ya que cuenta con las mejores condiciones de suelo, climáticas y manejo de paquetes tecnológicos, como es el uso de fertilizantes, abonos, semillas, plántulas e infraestructura, como los son invernaderos, sistemas de riegos, cuartos postcosecha y maquinaria agrícola, para lograr un desarrollo óptimo de los cultivos (INEC, 2020). Esta forma de agricultura es desarrollada por pequeños, medianos y grandes horticultores.

Los pequeños horticultores, tienen una producción de carácter doméstico, ya que son cultivos que se producen en pequeños espacios de terrenos que los llamaremos huertas, con la utilización de mano de obra familiar, siendo la mayoría de su producción para autoconsumo y sus remanentes se los comercializa en mercados locales.

Para el caso de medianos y grandes horticultores, la producción obtenida es destinada al ámbito empresarial para darle un valor agregado mediante la agroindustria, destinando sus productos a mercados internos del país y mercados externos fuera del país.

Para lograr el éxito deseado se tiene que tener en consideración el uso de plántulas desarrolladas en bandeja con pan de tierra (sustrato enriquecido en el que se encuentra la raíz de las plántulas) llamada "pilón". Esta es la manera más eficiente de iniciar muchos cultivos. A diferencia de la siembra de semilla directa, con plántulas el horticultor controla el distanciamiento entre plantas y la densidad (plantas por metro cuadrado).

(b) Contextualización del problema

La parroquia de Alangasí se encuentra en la Provincia de Pichincha, constituyendo una parroquia rural del Distrito Metropolitano de Quito, Zona Valle de los Chillos como lo menciona el Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia de Alangasí del 2015. PDOT, (2015). Esta parroquia cuenta con una superficie 44,16 kilómetros cuadrados con una población de 27636 habitantes, de los cuales la población económica activa (PEA) es 11707 habitantes, de los cuales 317 casos que se dedican a la agricultura según el reporte por el INEC en el Censo de población y vivienda del 2010. (INEC, 2011)

En el Distrito Metropolitano de Quito desde el 2012 se ha impulsado un proyecto de agricultura llamado AGRUPAR, el cual fomenta el desarrollo de huertos a los pequeños y medianos agricultores de las zonas urbanas y periurbanas con el apoyo y asesoramiento técnico.

Según el informe del 2016, "Quito Siembra", se observa que en la participación a este programa de la administración zona Valle de los Chillos el 18 % son productores agrícolas, en los cuales un 15% mencionan que la producción hortícola es su principal fuente de ingresos. Además, el 65 % comenta la razón principal para tener un huerto hortícola es proporcionar a su familia alimento fresco y sano, mientras que el 25% hacen referencia que la razón de poseer un huerto hortícola es orientar la venta de sus productos producidos en su huerto y finalmente el 10% manifestó que el huerto es una actividad recreativa. Los principales productos hortícolas cultivados son la lechuga, col, cilantro, tomate riñón, zuchini, cebolla perla y blanca, entre otras hortalizas. (Rodríguez, 2016)

Hay que mencionar que se ha detectado, que en la parroquia Alangasí no hay un centro que provea plántulas hortícolas, provocando escasez lo cual causa un retraso en las siembras de hortalizas de los productores locales de la parroquia, existiendo la pérdida de mercados de comercialización.

También se detecta una baja calidad de las plántulas que existen en algunos centros de comercialización, que no ofrecen garantías frente a agentes contaminantes como hongos y bacterias, mezcla de variedades. Esto se ve reflejado en el momento del desarrollo vegetativo de las plantas ya que muchas de estas plántulas mueren o son susceptibles al ataque de hongos y bacterias, provocando una disminución en la producción y productos de mala calidad que no pueden ser comercializados.

Estos problemas se evidencian también en parroquias aledañas, ya que los distribuidores de plántulas de hortalizas se encuentran en los cantones de: Cayambe y Mejía. Estos distribuidores solicitan un pedido mínimo de plántulas para la venta, teniendo que el horticultor movilizarse a estos a estos cantones por pedidos de plántulas grandes para justificar su viaje. También ocurre que no se pueden realizar siembras programadas ya que la durabilidad de plántulas es muy corta, viéndose obligado a sembrar

toda la superficie que posee lo que provocando una sobre producción de uno o varios productos hortícolas.

Justificación

El pacto agroalimentario de Quito 2019 menciona, que la producción de Pichincha que abastece al Distrito Metropolitano de Quito es de un 36%, existiendo una gran demanda insatisfecha de hortalizas para el consumo, lo cual es suplido con excedentes de producción de otras provincias. En el distrito metropolitano de Quito se lleva a cabo desde el 2002, un programa de agricultura urbana llamado Agrupar, el cual fomenta la producción orgánica de hortalizas a productores de la economía popular y solidaria, llegando en los últimos años a tomar una gran importancia, principalmente por el interés de la gente en consumir alimentos más sanos y saludables. (Ramón, 2019).

El problema de realizar los semilleros para las producciones de plántulas hortícolas por parte de los agricultores, es que estas plántulas son fácilmente susceptibles al ataque de damping-off o mal del talluelo es una enfermedad común que ataca a todos los cultivos de hortalizas en las fases iniciales de la siembra y con alta incidencia durante el proceso de germinación. Esto provoca un alza en los costos de producción ya que la semilla posee un alto costo.

La utilización de plántulas en la horticultura es necesaria para conseguir cultivos uniformes, plantas más resistentes al ataque de fitopatógenos prontitud en la cosecha ya que se puede iniciar otro ciclo de siembra, reducción en los costos de producción por compra de semillas y mano de obra por la realización de semilleros. Un alto costo de la semilla requiere de sistemas de siembra que aseguren el máximo aprovechamiento de la misma. (Gómez, 2011).

Este estudio se basa en el hecho de los problemas mencionados de pérdida de plántulas por semilleros mal manejados y de no existir empresas

que se dediquen a la producción de plántulas hortícolas en los alrededores de la parroquia de Alangasí. Por este motivo. se propone realizar una microempresa de comercialización de plántulas de hortalizas, debido a que es notable la falta de un lugar que cubra las expectativas en cuanto comercialización motivo, por el cual la ciudadanía no está satisfecha por completo.

Además, los centros de distribución de plántulas hortícolas se encuentran muy lejos y trabajan solo bajo un número de plantas mínimo de pedido. La propuesta es brindar un espacio diferente y cercano demostrando a toda la ciudadanía que si hay lugares donde se pueda adquirir plántulas hortícolas de diversas variedades y cantidades.

Con la pandemia se volvió más notable esta carencia de insumos agrícolas ya que por motivos de bioseguridad cerraron el principal centro de adquisición de plántulas en el sector, que encontraba el mercado de los cantones Cayambe y Mejía, que se encuentran a una distancia de aproximadamente 2 horas de la parroquia.

Objetivos

(a) Objetivo general

Determinar la factibilidad, desde el punto de vista operativo-financiero, para la creación e implementación de una microempresa de comercialización de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí – Pichincha. Cantón Quito.

(b) Objetivos específicos

- Determinar los aspectos teóricos más importantes en la realización del proyecto y del sector de la producción de plántulas hortícolas, para lograr un entendimiento de la magnitud del proyecto.

- Realizar un diagnóstico de la situación actual interna y externa de la compañía a crear con el fin de identificar fortalezas y debilidades, oportunidades y riesgos.

- Efectuar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda en la comercialización de plántulas hortícolas en la zona seleccionada, con la finalidad de determinar la demanda potencial.

- Proponer una estructura administrativa y funcional de la microempresa, con organigramas y detalle de las funciones para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

- Realizar la evaluación económica para el proyecto utilizando las diferentes procesos y herramientas financieras que permitan determinar la rentabilidad del mismo.

Marco teórico:

(a) Marco referencial:

Mypimes

Es un termino que involucra a tres diferentes tipos de empresa: micro, pequeñas y medianas también conocidas por su crecimiento en la producción, la generación de plaza de empleos junto con la innovación productiva; tales como el comercio en agricultura, horticultura, industrias manufactureras, construcción, comunicación, ... Según Art. 53.- se define y Clasificación de las MIPYMES capítulo 1 en La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código (Superintendencia de compañías, 2020).

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Clasificación de las MYPIMES:

Define por sus categorías en micro empresa, pequeña empresa y mediana:

La microempresa es definida como la unidad productiva entre uno a nueve trabajadores con un valor de ventas anuales o iguales menores a trescientos mil dólares.

Pequeña empresa se define por la unidad productiva entre 10 a 49 personas trabajando con un valor de ventas anuales entre trescientos mil uno y un millón de dólares.

Mediana empresa se define por la unidad productiva entre 50 a 199 trabajadores con un valor de ventas anuales entre un millón uno y cinco millones de dólares

Microempresa:

La microempresa es una forma de producción a menor escala que posee características de ser manejada de forma personal o familiares en el área del comercio, producción o servicios. Ley Organica de Economía Popular y Solidaria, (2014), en el Art. 2, considera que “la microempresa puede ser operada por una persona natural grupo familiar o conjunto de personas con ingresos relativamente bajos, teniendo un criterio independiente del producto por parte del propietario esto también es aplicable para los mercados y precios del producto a comercializar (Flores, 2018)

La formación de la microempresa también se lo podría considerar como una forma de emprendimiento, ya que se considera que el emprendimiento

es un desarrollo de una idea transformada en proyecto que busca un fin determinado que no necesariamente es el económico ya que puede ser de fines políticos sociales u otros. El vocablo emprendedor posee un origen francés “entrepreneur” que tiene el significado de pionero. Este posee la característica de transformar o crear algo bajo la incertidumbre con miras a obtener réditos económicos. Un emprendedor puede también ser una persona que lleve adelante un proyecto sin que éste busque fines de lucro (Cordero, 2019)

Importancia de la microempresa:

Una microempresa promueve a la generación de empleos y de esta manera reducir la pobreza en la localidad donde se establezca permitiendo dinamizar el comercio local con la generación de ingresos que ayudaran a cubrir las necesidades básicas de sus empleados y mejorar el estado de vida del emprendedor. (Ayala, 2010)

Según el artículo del 19 al 21 de la ley orgánica de régimen tributario interno en concordancia con los artículos del 37 al 43 reglamento para la aplicación es obligatorio llevar la contabilidad de todas las sucursales y establecimiento permanentes de compañías extranjeras y las sociedades (SRI, 2020).

También está obligada a llevar la contabilidad de las personas naturales y a las sucesiones, incluyendo los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes, otros trabajadores autónomos de acuerdo a las siguientes condiciones que en el (SRI, 2020) artículo de la ley orgánica del régimen tributario interno son:

- Capital propio superior a \$ 180.000
- Ingresos brutos anuales superiores \$300.000
- Costos y gastos anuales superiores a \$240.000

Estudio de Factibilidad:

Es aquel que se usa para alcanzar los objetivos planteados en una investigación con la visión de solventar las necesidades del grupo de interés o de una empresa en un tiempo determinado. Esto se logra mediante la elaboración de un modelo operativo posible de realizar y la ejecución de las actividades planteadas. (Cordero, 2019)

El estudio de Factibilidad encierra aquellos aspectos que guardan relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto, con el propósito de determinar la posibilidad o factibilidad técnica de crear un producto o prestar un servicio determinado. El esquema básico de esta estructura comprende las siguientes partes

Este estudio ayuda al investigador con la información recolectada y procesada, de representar posibles problemas que sucedería si el proyecto estuviera en funcionamiento, lo que orientara a la aceptación o rechazo del proyecto propuesto, también puede originar a generar otros proyectos escoger el que sea más rentable.

El estudio de factibilidad ayuda al investigador con la información recolectada y procesada, de representar posibles problemas que sucedería si el proyecto estuviera en funcionamiento, lo que orientara a la aceptación o rechazo del proyecto propuesto, también puede originar a generar otros proyectos escoger el que sea más rentable (Sapag, 2008).

Estudio de Mercado:

Es aquel que ayuda al investigador a comprender el mercado económico mediante el conocimiento y trato a proveedores, clientes y potenciales competidores. Además, nos permite analizar la oferta y demanda con la finalidad de revelar si la idea de negocio es una verdadera oportunidad o simplemente será una idea que no tiene futuro. (Roteta, 2004)

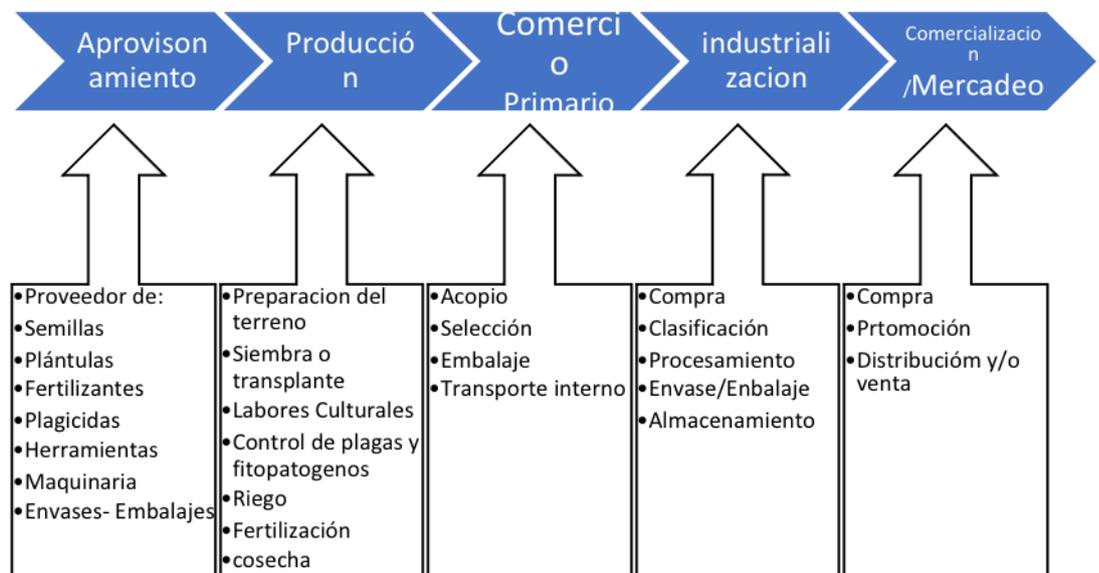
Malhotra (2008) clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros (Malhotra , 2008)

El estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización" (Kotler, 2004)

Geoffrey (2003) define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing"

Gráfico 1.

Cadena de valor agrícola.



Nota: Adaptado de: Competitive Advantage, Michael Porter (1985).

Estudio Financiero

Este estudio corresponde a la parte final de un proyecto de factibilidad, ya que se logra cuantificar toda información previamente recolectada de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Una vez realizado este estudio el emprendedor o técnico evaluador del proyecto tiene en consideración que existe mercado para su bien o servicio, logrando tener claro los principales aspectos técnicos del proyecto a realizar pudiendo analizar que no posee inconvenientes legales para la puesta en marcha del negocio, procede a cuantificar la inversión necesaria, a definir los ingresos que obtendrá y los costos que representará. Finalmente, con toda la información se procede a realizar evaluación financiera del proyecto por medio de indicadores de rentabilidad, así como también se determinan las fuentes de financiamiento, el flujo de caja y las proyecciones financieras para el futuro proyecto a realizar. (Meza, 2013)

Proyecto de Inversión

Un proyecto de Inversión es la realización de una propuesta técnica económica con miras a resolver un problema de la sociedad, mediante el uso de recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles y un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización (Coslado, 2014)

VAN

Según Morales, (2009), el Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos. Para el cálculo de VAN se utiliza la siguiente ecuación:

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

Los componentes de la fórmula del VAN o Valor Actual Neto y su representación:

- **Vt** representa los flujos de caja en cada periodo t.
- **I0** es el valor del desembolso inicial de la inversión.
- **n** es el número de periodos considerado.
- **k** es el costo del capital utilizado.

Si el resultado del valor VAN es mayor o igual a 0, se considera que el proyecto es aceptable, caso contrario se rechaza.

TIR

La Tasa Interna de retorno es definida como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Siendo la tasa de interés utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0 (Morales, 2009).

El cálculo de la TIR puede resultar muy complejo si la vida útil del proyecto excede los dos períodos. En ese caso, la solución requiere considerar a la TIR como incógnita en la ecuación del Valor Actual Neto, ya que ella tiene la particularidad de ser la única tasa que hace que el resultado de aquel sea igual a 0:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Donde: TIR: Tasa Interna de Rendimiento/Retorno

- Q_n es el flujo de caja en el periodo n .
- n es el número de períodos.
- I es el valor de la inversión inicial.

Si la TIR es mayor a la tasa de expectativa, el proyecto es financieramente atractivo ya que sus ingresos cubren los egresos y generan beneficios adicionales por encima de la expectativa o alternativa.

TIR menor a la expectativa, pero mayor a 0, significa que los ingresos apenas cubren los egresos del proyecto y no se generan beneficios adicionales.

Estudio Técnico

El estudio técnico posibilita alternativas de usar tecnología para la producción de bienes o servicios que se implementaran en un proyecto para conocer la factibilidad técnica del mismo. También en este estudio nos permite definir la materia prima equipos y maquinaria, así como las instalaciones, logrando conocer los costos que generan la implantación de todos los equipos e insumos para el proyecto. Otro aspecto que nos ayuda a conocer es el dimensionamiento de la planta, la ubicación e ingeniería del proyecto, así como los requerimientos legales que intervienen en la generación de la empresa. (Cortés, 2012).

(b) Marco conceptual:

Agricultura

Basándose en la botánica que resume una parte de la biología que estudia los vegetales o plantas, en este caso, el cultivo es una actividad agrícola de la humanidad para producir toda clase de vegetales y plantas en esta tierra (Carretero, 2003).

Horticultura

Parte de la agricultura que se encarga de estudiar específicamente de cultivo de plántulas hortícolas. Se define como el cultivo del huerto en este caso tiene diferentes características en plantas que sirve al ser humano en su alimento, medicina y ornamentales (Bacópulos, 2001)

La utilización de estas plántulas con carácter alimentario es aquella que tiene raíces, bulbos, tubérculos, tallos, hojas, flores y frutos carnosos por su gran cantidad de agua dando una característica de corto plazo de producción.

Según la real academia española (RAE) la horticultura desempeña en realizar parcelas más pequeñas y cerradas para producir hortalizas como es el cultivo de huertos es decir son conocimientos y técnicas respectivas para la producción del cultivo de los huertos (RAE, 2020)

Diferencia entre agricultura y horticultura

La agricultura es la siembra y cuidados de especies vegetales en un espacio de terreno, para obtener una producción con fines de autoabastecimiento o comercialización de los mismos. Mientras que la horticultura es la producción de especies hortícolas que generalmente son de ciclo corto en pequeños espacios de terreno llamadas parcelas (Lopez, 2019).

La agricultura tiene actividades como cultivar los terrenos y trabajo con los animales en cambio la horticultura solo hace referencia al cultivo de hortalizas.

Hortalizas

Las hortalizas son cultivos de huertos, ya que son vegetales comestibles por lo tanto tiene calidades nutricionales para la buena nutrición del ser humano (Gardey, 2019).

Pues bien, estas hortalizas incluyen las legumbres y las verduras por su gran contenido de agua y su potencial nutricional que contiene hidratos de carbono, minerales y vitaminas y son utilizadas para combatir la mala nutrición porque gracias a estas hortalizas se puede eliminar bacterias y sustancias tóxicas del cuerpo que tanto hace daño al ser humano

Clasificación de las hortalizas

Las hortalizas se clasifican en 3 partes fundamentales (FAO, 2011):

1) según la parte comestible que son frutos, bulbos, hojas y tallos verdes, flores, tallos jóvenes, legumbres frescas o verdes y raíces

2) según el medio de conservación que son hortalizas frescas, hortalizas congeladas, hortalizas deshidratadas o desecadas.

3) según el color se clasifican en hortalizas de hojas verdes, hortalizas amarillas y hortalizas de otros colores.

Según Molina, (2004), los beneficios de las hortalizas según en las ciencias economía por su gran potencial alimentaria al momento de ser comercializarlas viene siendo un beneficio para las personas que utilizan para su buena nutrición es por eso que son compradas como mucha frecuencia y los que vende tienen un beneficio económico. De igual modo el valor nutricional es esencial debido a su alto contenido vitamínico y mineral que posee estas hortalizas.

Por último, en el valor proteínico es necesario para la regeneración de tejidos gastados ya que se encuentran en el grupo de las hortalizas leguminosas se diría pues que están en un estado tierno necesario para el órgano muscular gastado.

Y finalmente en las huertas comerciales por su potencial rentabilidad debido a su costo de producción conociendo la realidad de su demanda, oferta y el precio de las hortalizas en el mercado competente.

Pilones

Según Sagastume (2011) determina a la plántula o pilón a el crecimiento primario desde la germinación y el desarrollo de las primeras hojas verdaderas.

Plántulas

Según Valenzuela (2017), estos personajes de la Facultad de Agronomía de la Universidad Autónoma de Sinaloa se denomina plántula al estudio del desarrollo germinativo y termina el desarrollo de sus primeras hojas no maduras por esta razón es funcional. Una planta típica puede ser dividida en raíz, tallo, hojas.

La durabilidad de las plántulas será comprada de 10 a 20 días de germinación y colocadas en un invernadero de la microempresa y que se les mantendrá con las mismas calidades de su compra para luego ser comercializadas durante 13 a 15 días más a partir de ahí comienza su desarrollo vegetativo flores y frutos.

La importancia de producción de plántulas

En la producción hortícola agotadora, hace forzosa la mejora del conocimiento de los factores que regulan el crecimiento de las plántulas como industrias auxiliares y cadena de producción hortícola intensiva por lo que es necesaria un mejor conocimiento de crecimiento de las plántulas, aclimatación o sobresaliente el trasplante definitivo de la producción.

Por lo general los cultivos son pocos en la siembra directa ya que el resto de los cultivos como por ejemplo tomate, pimiento, chiles, berenjena, etc. (Valenzuela, 2017).

(c) Marco Legal

En la creación de la microempresa al negocio de plántulas hortícolas marco legal debe cumplir con las obligaciones establecidas por el estado ecuatoriano como reglamento y normas para realizar cualquier actividad económica de una microempresa puede ser operado por una persona natural por que se requiere requisitos para constituir una microempresa.

1. Obtención de RUC:

El RUC es el número por medio del cual se registra e identifica a los contribuyentes con fines impositivos cuyo fin es proporcionar información a la Administración Tributaria que es el Servicio de Rentas Internas SRI. Para las personas naturales el número de RUC corresponde al número de cédula más 001 al final (SRI,2020).

La inscripción en el RUC es indispensable para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Esta se realiza en la página web: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>.

Tipos de contribuyentes (SRI,2015).

Personas naturales: Son las personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas lícitas y que pueden o no estar obligadas a llevar contabilidad.

Obligados a llevar contabilidad: Deben cumplir con lo establecido en el Art. 37 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (SRI, 2020). En este indica que “todas las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la Ley de Régimen Tributario Interno, están obligadas a llevar contabilidad. Igualmente, están obligadas a llevar contabilidad las personas naturales y las sucesiones indivisas que obtengan rentas objeto de este impuesto incluidas las actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares, así como los profesionales, comisionistas, artesanos,

agentes, representantes, otros trabajadores autónomos, y demás personas que obtengan rentas de capital distintas de las mencionadas en el siguiente inciso, y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan sido superiores a ciento ochenta mil (USD 180.000) dólares de los Estados Unidos de América o cuyos ingresos anuales del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a trescientos mil (USD 300.000) dólares de los Estados Unidos de América o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad económica, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a doscientos cuarenta mil (USD 240.000) dólares de los Estados Unidos de América. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta” (SRI,2015).

Contribuyentes obligados a llevar cuentas de ingresos y egresos:

Deben cumplir con lo establecido en el Art. 38 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. En este indica que “Las personas naturales y sucesiones indivisas que operen con un capital, obtengan ingresos y efectúen gastos inferiores a los previstos en el artículo anterior, deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos que servirá de base para declarar sus impuestos” (SRI,2015).

La microempresa Margoth por sus características y montos de capital propio, ingresos, costos y gastos proyectados es una Persona Natural no obligada a llevar contabilidad sin embargo deberá llevar un registro de ingresos y egresos. Tal como lo establece el art. 38 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Las personas naturales pueden declarar sus impuestos bajo dos regímenes: Régimen general o RISE.

En el régimen general, los contribuyentes deben emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Por otro lado, el RISE es un régimen voluntario que reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta por cuotas mensuales, no está obligado a realizar declaraciones y emiten notas de venta en sus transacciones.

Nuestra microempresa decide operar bajo el régimen general ya que nuestra visión es seguir creciendo.

La inscripción del RUC se lo puede hacer en cualquier centro de atención del SRI a nivel nacional presentando la siguiente documentación (SRI, 2020), de manera presencial:

- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (planilla de pago de un servicio básico).

Los ecuatorianos y extranjeros residentes con cédula de identidad ecuatoriana que realicen actividades económicas también pueden inscribirse en el Ruc en línea para lo cual deberán contar con los siguientes requisitos:

- Clave de acceso a “SRI en Línea”.
- Cédula de identidad vigente.
- Haber sufragado o poseer justificación de no haber sufragado.

2. Inscripción RAET:

Todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeros que aperturen el RUC para desarrollar actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, deben inscribirse en el Registro de Actividades Económicas Tributarias – RAET mediante el cual se le asigna un número para que sea inscritas en el catastro de actividades económicas y

posteriormente puedan realizar el pago de la patente municipal, en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito (GADDM, 2020)

Requisitos para obtener el RAET y la clave para presentar las declaraciones (GADDM, 2020):

- 1) Copia del RUC
- 2) Copia de Cédula y Papeleta de Votación.
- 3) Formulario de inscripción de patente.
- 4) Formulario del Acuerdo para uso de Medios Electrónicos.
- 5) Copia de planilla de servicios básicos o contrato de arrendamiento (Formularios que se los obtiene de la página web: <https://pam.quito.gob.ec>)

3. Patente Municipal

Es un impuesto que deben cancelar todas las personas por ordenanza que tienen una actividad económica permanente en el Distrito Metropolitano de Quito. Este impuesto se paga hasta el mes de mayo de cada año según el último dígito de la cédula del contribuyente (GADDM, 2020):

Según el Artículo 35 del Código Tributario se encuentran exonerados del pago del impuesto a la patente (SRI, 2015):

- 1) Artesanos debidamente calificados por la Junta Nacional del Artesano
- 2) Entidades Estatales y Entidades privadas con carácter social

4- LUAE:

La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE es el permiso de funcionamiento que otorga el GAD del Distrito Metropolitano de Quito, para el desarrollo de actividades

económicas en un establecimiento ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito (GADDM, 2020). Este permiso se otorga mediante dos procesos: Emisión y Renovación.

La microempresa Margoth deberá obtener el permiso por emisión al tratarse de una actividad económica nueva en un establecimiento.

Para la obtención de la LUAE se deberá llenar un formulario en el portal de servicios ciudadanos de la página web del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito <https://pam.quito.gob.ec/> con el número de RUC y clave otorgada al momento de la inscripción en el RAET.

Se debe imprimir el formulario de Solicitud LUAE y realizar la autodeclaración de bomberos.

Una vez llenado el formulario de la LUAE se debe ingresar a la página del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito y realizar la auto declaración llenando la información que nos solicitan.

Posteriormente esta declaración será verificada en la inspección. El Cuerpo de Bomberos de Quito, a través de la Dirección de Prevención y Seguridad Contra Incendios, puso a disposición de la ciudadanía el 'Servicio de Tele inspecciones', para los trámites de la Licencia Única de Actividades Económicas, LUAE (GADDM, 2020).

Para acceder a este servicio, el usuario debe ingresar a la página web www.bomberosquito.gob.ec, seleccionar la opción agendamiento de trámites LUAE y recibirá un link de acceso. El inspector se contactará en la fecha agendada, cinco minutos antes de la hora prevista.

Si debido a las características del local no es posible realizar esta inspección virtual, se podrá coordinar una inspección física con el funcionario responsable.

Posteriormente, se realiza la tele inspección en la cual se verificarán las condiciones de seguridad del establecimiento. Una vez concluido el proceso, el inspector generará el informe, través del Sistema de Inspecciones, con su firma electrónica, el mismo que será enviado automáticamente al correo electrónico del usuario, el cual debe ser impreso y ser presentado en las ventanillas del balcón de servicios ciudadanos del Municipio de Quito más cercano en donde emitirán el permiso de funcionamiento si se cumple con todos los requisitos.

Preguntas de investigación

Teniendo en consideración lo mencionado en el planteamiento y la justificación del problema se formulan las siguientes interrogantes:

¿Qué aspectos deberán considerarse para conocer la factibilidad de la creación de la microempresa de comercialización de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí – Pichincha?

Metodología:

a. Diseño de Investigación

La investigación bibliográfica es el punto de partida para la realización del trabajo de investigación, la fuente individual para determinar el camino y la respetiva orientación. La investigación bibliográfica busca indagar, interpretar, buscar datos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia y utiliza para ello, una metodología de análisis; y tiene como finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de la creación científica.

El investigador aplica este diseño de investigación para los efectos de investigación se apoya en la web, textos, libros, folletos, entrevistas, artículos y demás fuentes de consultas bibliográficas las mismas que le permiten obtener toda la información del problema en estudio. En el caso del presente proyecto fue para recopilar abundante información bibliográfica con

diferentes autores, pensadores y determinar, conceptualizar, analizar la implementación una microempresa de comercialización de plántulas hortícolas, lo cual ayudará a complementar la investigación de manera que el resultado sea exitoso y cuente con información valiosa y verídica.

El objetivo de la investigación es buscar el porqué de la situación mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto, analizando posibles variables que nos orienten los fenómenos del problema, con el método de investigación explicativo.

En general, el diseño de investigación es no experimental ya que no se plantea ningún diseño experimental y se utilizara el método de investigación de carácter descriptivo, porque ayuda a identificar las variables de estudio para evaluar la viabilidad del proyecto desarrollado. Adicionalmente, se utilizará una metodología cuantitativa: Los datos a analizar son de tipo numérico y se utilizará técnicas estadísticas en el procesamiento de la información obtenida mediante el levantamiento de encuestas, lo cual permitirá obtener la información necesaria para el presente estudio (Bernal, 2010).

Por el corte tiempo, la investigación a realizar es transversal, ya que los datos analizados son en un periodo concreto, con técnicas experimentales.

b. Tipo de investigación /Enfoque o naturaleza

La investigación descriptiva es aquella investigación llamada como la investigación estadística, la cual describe los datos y características de la población o fenómeno en estudio. La Investigación descriptiva responde a las preguntas: quién, qué, dónde, por qué, cuándo y cómo. La descripción se utiliza para frecuencias, promedios y otros cálculos estadísticos. La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. (Merino, 2010)

El presente trabajo tendrá un enfoque cuantitativo que nos permitirá identificar el mercado, el cual se realiza un estudio y cuyas respuestas se

pueden ayudar a definir la oferta, la demanda del producto, las estrategias, precio, entre otras variables. Para lograr la información deseada se utilizarán fuentes primarias y secundarias con herramientas bibliográficas necesarias para la investigación.

También mediante este enfoque cuantitativo se pretende demostrar la factibilidad económica y financiera que tiene la generación de una microempresa de comercialización de plántulas hortícolas.

c. Alcance

El alcance de esta investigación aplica para la parroquia de Alangasí, donde se analizará la factibilidad de la comercialización de plántulas hortícolas.

d. Muestra

Según el censo realizado por el INEC (2011) y PDOT (2015), la parroquia cuenta con una superficie 44,16 kilómetros cuadrados con una población de 27636 habitantes, de los cuales la población económica activa (PEA) es 11707 habitantes. Del PAE se reportan 317 casos que se dedican a la agricultura que será considerada como un muestreo de población finita mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

En donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población 317 casos que se dedican a la agricultura en la parroquia de Alangasí

z: Nivel de confianza = 95% (1,96)

e: Margen de error = 5%

p: Variabilidad positiva = 50%

q: Variabilidad negativa = 50%

En donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población 317 casos que se dedican a la agricultura en la parroquia de Alangasí

z: Nivel de confianza = 95% (1,96)

e: Margen de error = 5%

p: Variabilidad positiva = 50%

q: Variabilidad negativa = 50%

$$n = \frac{317 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (317 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

Por este motivo, se establece una muestra de 173 individuos para realizar las encuestas y analizar la factibilidad operativa del proyecto planteado.

e. Técnica de recogida de datos

Se aplicó la técnica cuantitativa de encuesta para el levantamiento de información primaria. El sujeto activo de la aplicación de la encuesta está definido como: pequeño y mediano horticultor del área de estudio, eso nos permitió recolectar información de personas que se encuentran inmersas en la producción hortícola de la parroquia de Alangasí, así también nos permitirá conocer los principales distribuidores de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí.

La Encuesta se la puede considerar como un Instrumento de investigación utilizado para la recolección de datos e información específica del estudio, mediante un listado de preguntas definidas previamente con los intereses del autor, dicha información recolectada será procesada por

medios estadísticos mediante el método cuantitativo para generar las conclusiones correspondientes a la investigación (Bernal, 2010).

Se realiza una encuesta compuesta por dos partes; la primera para conocer el perfil demográfico de los clientes actuales o potenciales (edad, sexo, experiencia) y conocer la factibilidad de adquirir el producto que se ofrece y los servicios de valor agregado a brindar por la empresa.

f. Análisis de datos

Para este trabajo investigativo se analizó y seleccionó los datos más relevantes que garantice confiabilidad y validez del proyecto teniendo en cuenta la recopilación de la información mediante encuestas realizadas a las personas logrando un análisis e interpretación.

Para el trabajo en oficina se centra en el análisis e interpretación de los resultados del estudio económico financiero con el objetivo de establecer la viabilidad económica de la creación de una microempresa de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí, mediante la aplicación de las técnicas y herramientas financieras como V.A.N., T.I.R, tiempo de recuperación de la inversión y análisis de sensibilidad, con los datos de ingresos y gastos proyectados respectivamente.

La información obtenida de las encuestas se procesó mediante un sistema computacional y estos son: Microsoft Word y Microsoft Excel, donde se elaborarán las pertinentes tabulaciones de datos con cuadros estadísticos, gráficos y análisis de cada una de las preguntas, para extracción de conclusiones.

Capítulo 1: Análisis del entorno

1.1. Análisis Político, Económico, Social y ambiental - PESTA

En la elaboración de este proyecto de factibilidad se realizará el análisis PESTA. Que consistirá en identificar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales. La identificación de los factores mencionados servirá como base para la elaboración de estrategias y evaluación de los mejores caminos a seguir.

1.1.1. Análisis del entorno político

En Ecuador se han evidenciado muchos cambios en el ámbito político, los cuales han sido evidente en este último gobierno ya que pasamos de una época de planificación e impulso económico, a un desmantelamiento del país. Se ha abandonado la apariencia progresista para llegar a una tradicional derecha neoliberal que ha puesto en marcha ciertas medidas como lo es el alza de combustibles, congestionamiento de empresas estatales a empresas privadas además realizar despidos intempestivos del sector público. Adicionalmente también el gobierno realizó acuerdos de préstamos con el Fondo monetario Internacional (FMI), que ha vuelto más evidente durante la explosión de la pandemia. (Celi, 2020)

Cabe mencionar que el Ecuador es un país que históricamente su principal motor productivo ha sido la agricultura, a partir de los años 60 con la explotación petrolera cambio su modelo económico al petrolero, que según el Banco Mundial en el 2016 menciona que entre los años 2004 a 2016 existió un crecimiento del PIB del 4,3%, lo cual fue gracias a un elevado precio del bel barril de petróleo y financiamiento externo. Durante este periodo se pudo evidenciar un vivenciar grandes obras públicas en el sector de energía renovable, transporte y educación.

1.1.2. Análisis del entorno económico

En el año 2018 el gobierno actual de Lenin Moreno realizó una segunda propuesta del plan económico, en el cual se plantearon cuatro ejes, altamente concentrados en la estabilidad fiscal y las inversiones para de esta manera lograr estabilidad y equilibrio fiscal en la restructuración del estado, equilibrio externo y sostenibilidad de la dolarización, reactivación productiva. (Cajas, 2018)

Lamentablemente para la economía del Ecuador, al existir una gran dependencia del precio del petróleo, los beneficios o consecuencias se verán reflejados según la volatilidad del mismo. Durante los años 2015 y 2020, llegando este último año a costar un barril de petróleo menor a 1 usd en el mercado internacional esta caída de precios ha reducido en gran parte el gasto público y obras públicas desencadenado un detenimiento en la economía estatal.

Durante el gobierno anterior existió un gran apoyo al sector agrícola que iba desde programas de mejoramiento de semillas capacitación a agricultores con las escuelas de campo, lo que también muestra un marco político favorable. Una característica negativa del gobierno actual es que la desatención del sector agrario culminó en el 2017, lo que ha afectado los planes y programas ejecutados podrían verse afectados y paralizados.

La pandemia por el COVID-19 ha tenido un impacto en la economía familiar, lo cual señala que un 44,0% señala que perdió más de la mitad de sus ingresos, un 26,6% que ha perdido menos de la mitad de sus ingresos, un 17,0% ha dejado de percibir todos sus ingresos por la crisis, y un 11,5% no les ha afectado. El 83,9% ha visto afectada su capacidad de consumo y un 16,1% no. Un 63,2% ha reducido la compra de bienes básicos, un 47,8% ha reducido gastos en servicios y un 47,8% ha recurrido a créditos para afrontar gastos. El 59,5% señala que en los últimos tres meses alguien de su familia ha sido despedido de su empleo, mientras que un 40,1% no, según lo menciona. (Parrini, 2020)

A través de la carta de intención del FMI, el gobierno ecuatoriano ratificó que “Estado ecuatoriano presenta un cambio histórico hacia la modernización de la economía y el fortalecimiento con miras a la generación de empleos futuros”. Este informe difundido en abril 9 del 2019 por el FMI, muestra el 0.6 % de inflación y se estima que para el 2020 está llegando al 1.2 %. También se en el informe se estima que para el desempleo en el 2019 es del 4,3 % llegando al 2020 al 4,7. (Haz, 2020)

Hay que mencionar que el Banco Central del Ecuador (BCE) en su informe semestral del 2020, en el sector de la agricultura presentó un decrecimiento interanual de 1,2% en el segundo trimestre de 2020, hay productos que experimentaron un aumento, como el cultivo de banano y cacao, de 3,4%, y el de otros cultivos agrícolas, de 1,0%. Sin embargo, estos resultados no compensaron la caída de cultivo de flores, cría de animales y silvicultura (BCE, 2020)

1.1.3. Análisis del entorno social

Entre los años 2007 al 2017 se ha producido varias transformaciones en el ámbito de desarrollo social. Pero la pobreza y la desigualdad se ha reducido en varias formas logrando por primera vez contar con los servicios sociales para la población ecuatoriana con un gran alcance en el territorio ecuatoriano.

El desarrollo social ha sido sostenido a largo plazo gracias a universalización de la educación básica a todos los poblados del Ecuador y a la expansión de la red de atención en salud, incremento del acceso a la vivienda digna, cobertura de agua y alcantarillado, cobertura de seguridad social como afiliación del trabajo doméstico, entre otros. (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2017).

Según el INEC (2019), Ecuador contaba con una población de 17'268.962 de los cuales 8 millones de habitantes corresponden a la población económica, teniendo un 95,9 % de la población económicamente

activa (PAE) poseen un trabajo, quedando el 4,1 % en el desempleo que equivale a 328.000 personas desempleadas.

Llevando estos datos en la parroquia de Alangasí al 2010, posee el 0,94 % de la población de pichincha y siendo el 1,08 % de la población total del distrito metropolitano de Quito que según el Gad parroquial existe el mismo número de hombres que de mujeres

El PDOT de la parroquia de Alangasí al 2015, se menciona que predomina la actividad comercial, en la población de Alangasí, con un 16% de la PEA; seguido por la industria manufacturera, y un 7% que aporta el sector de la construcción entre las ramas de mayor representación, con actividades difuminadas entre varios entre el 1 y 5% cada una. Llama la atención un 3% como aporte por parte del sector agrícola ganadero, perdiéndose así la vocación del territorio. (PDOT, 2015)

1.1.4. Análisis del entorno tecnológico

Al mencionar de innovación y la aplicación de tecnología en los procesos de las empresas para mejorar eficiencia y productividad, para realizar una innovación es usar la tecnología con ideas que puedan ser aplicadas en el mejoramiento de la calidad, productividad. Esta manera de pensar las cosas se ha estado aplicando el uso de tecnología dentro del sector agrícola en optimizar los procesos de producción de alimentos que actualmente ha presentado una gran preocupación en el desarrollo productivo.

El desarrollo de la tecnología en el Ecuador está teniendo un amplio desarrollo en la producción agrícola, pecuaria y acuícola, ya que cada vez se dinamizan procesos, monitorean cultivos y animales mediante rastreo satelital, esto ha permitido a muchas agro empresas destacarse en su ámbito productivo logrando la obtención de disminuir costos y aumentar la capacidad productiva.

El objetivo de conocer la utilización de la tecnología en por parte de sociedad ecuatoriana el INEC ha realizado un estudio a nivel nacional a 31.092 viviendas, de lo cual se obtuvo que el 12.1% usa computadoras portátiles en los hogares con respecto al 2012. El 52% de la población encuestada utilizó computadora, esto equivale a 13,3 puntos más que en el 2012. Así mismo, el acceso a internet a nivel nacional se incrementó en un 14,7% con respecto al anterior (INEC, 2019).

1.1.5. Análisis del entorno ambiental

Ecuador es un país biodiverso lo cual ha motivo que sea reconocido a nivel mundial, obligando a las instituciones gubernamentales a proteger y conservar el ecosistema, como el clima, el relieve, el suelo, entre otros que tiene el Ecuador al igual que de generar un cambio y participación de la ciudadanía y empresas para establecer una cultura y conciencia ambiental. Para la conservación y sostenibilidad de este especial ecosistema, el Plan Nacional del Buen Vivir tiene como estrategia garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y saludable. (Ministerio de Ambiente del Ecuador, 2012).

El ministerio del ambiente (MAE), conjuntamente con la SENPLADES, han generado varios proyectos y servicios para cumplir con su misión de trabajo. Uno de estos programas es la llamada “Huella ecológica”; que permite analizar el consumo de la humanidad y compararlo con la capacidad de la naturaleza para producir esos recursos y reabsorberlos nuevamente como desechos. (MAE, 2012)

Dentro de la protección del ambiente en el sector agrícola también se encuentra regulado por el MAGAP y su departamento de Agrocalidad, para el cumplimiento del buen manejo de residuos sólidos, envases de agroquímicos que corresponde al BPA (Buenas Prácticas Agrícolas).

1.2. Las 5 fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter nos ayudan a entender la dimensión de las variables en el tiempo y espacio, y su participación en el mercado de un producto. Porter (2008) nos comenta el análisis de estas 5 fuerzas, que es considerada un instrumento que estudia los elementos del mercado como los competidores directos, proveedores, clientes así también las amenazas como productos sustitutos y potenciales competidores. El análisis de estas variables nos posibilita determinar el margen de rentabilidad de la empresa o que tanto puede desarrollarse en un sector.

El análisis de estas 5 fuerzas de Porter nos ayuda a entender cómo influyen los elementos básicos del mercado hacia la existencia de una buena rentabilidad en la microempresa de comercialización de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí.

(F1) Poder de negociación de los compradores o clientes

Una empresa y sus contrincantes compiten sobre el precio solamente en un mercado transparente en el que exista poca diferenciación de productos, y en donde se conozcan todos los precios al instante. (London, 2012).

La microempresa de comercialización de plántulas hortícolas propone, como fortaleza un producto diferenciado en su calidad y sanidad, lo cual facilitara un mayor poder de negociación y una rentabilidad. Hay que tener en cuenta que en el mercado existen productos sustitutos, como lo sería la adquisición de semillas y competidores que pueden ofertar los mismos productos. Esto nos obliga a manejar estrategias de venta para generar distintas ofertas que garanticen el éxito en nuestra venta de plántulas hortícolas para lograr un buen posicionamiento en el mercado.

(F2) Poder de negociación de los proveedores o vendedores

El poder de mercado de los proveedores puede tener un impacto considerable sobre las ganancias de una empresa, en especial cuando ésta no está en condiciones de aumentar sus precios (London, 2012).

Es importante conocer los precios y las distintas variedades de nuestros proveedores que nos proveen insumos de disposición altas, es por eso que a veces desean cobrar precios más altos por sus productos de calidad llegando a ser una amenaza para la nueva microempresa de comercialización de nuestras plántulas hortícolas. Por lo tanto, debemos negociar una mejor compra llegando a conocer las ventajas de cada proveedor y seguir comprándoles según el beneficio que nos proponen para y posteriormente aceptar la compra y vender a un precio estable, ya que no nos conviene perder clientes que nos compran, sino más bien granar clientes por lo que nuestra microempresa se dedica a ofrecer las mejores y distintas variedades y a tiempos correctos de siembra de plántulas hortícolas. Se debería utilizar una estrategia en la cual sería construir relaciones sólidas para asegurar la entrega al tiempo justo y el control de precios bajos y así se aumentaría la dependencia de los proveedores a largo plazo, pero al mismo tiempo no se debe presionar demasiado a los proveedores sino mantener a ambas partes estables y justas.

(F3) Amenazas de nuevos competidores

En una economía libre con mano de obra móvil y recursos financieros, siempre hay nuevas compañías que entran al mercado. En algunas industrias, las barreras para entrar son muy bajas, mientras que en otras el acceso es muy difícil (London, 2012)

En efecto, los futuros rivales en algún momento aparecen debido a la facilidad de entrar al mercado del negocio por un nuevo producto, ya que siendo un mercado grande y una microempresa dedicada a este negocio habrá grandes ganancias como perdidas. Es por eso que si van a existir

nuevos competidores como podrían ser el vivero de Plantastic, Vivero Ilalo pudiendo transformarse en una amenaza competitiva para nuestra microempresa.

Se debería identificar las barreras para usar una nueva ventaja competitiva y seguir siendo pioneros en la economía en un excelente producto con inversiones positivas para proyectar nuevas capacitaciones y tener mayor desplazamiento de los productos hasta que llegue a nuestros consumidores legalmente sin tener problemas futuros.

(F4) Amenazas de productos sustitutos

Las recientes tecnologías crean nuevos sustitutos todo el tiempo. (London, 2012). La innovación es uno de los factores de amenazas, ya que se podría reemplazar al antiguo producto, antigua tradición en la que se ha establecido anteriormente. En este caso las plántulas hortícolas pueden ser reemplazadas por semillas y novedosas técnicas al cuidado que pueden utilizar los horticultores; es por eso que siempre se debería estar pendiente de las nuevas capacitaciones para proyectar hacia un futuro y obtener una alta rentabilidad.

Siempre y cuando se arriesgue a mejor ya que es factible que los precios bajen o suban dependiendo de la tomar la decisión para el mejoramiento de la producción de los consumidores que son nuestros clientes. Esto pueda afectar con el tiempo la relación, que ya está estabilidad con clientes y proveedores de la microempresa. Sino se toma a tiempo esta ventaja por lo cual es esencial seguir renovando la capacitación y nunca decaer y seguiríamos siendo pioneros en la comercialización de plántulas hortícolas.

(F5) Rivalidad ente los competidores

Todas las empresas comparten espacio de mercado con otros competidores que están ideando en forma continua nuevas maneras más

eficientes de producir mediante la introducción de nuevos productos y servicios. (London, 2012)

Una vez que está establecido la microempresa de comercialización de las plántulas hortícolas, puede o como no puede, existir la rivalidad entre competidores sin embargo va incrementar esa posibilidad debidos al resultado de las cuatro fuerzas anteriores al momento de fallar estas fuerzas. Estas rivalidades dan la iniciativa de incrementar las guerras activas entre nuevas empresa competidoras; por lo tanto, Porter, (2008) afirma el diseño de las barreras de protección para evitar la rivalidad y tener una estabilidad fundamental para mantener la empresa siempre estable. Por lo tanto, como pioneros mantendremos las cinco fueras estables y actualizadas.

Capítulo 2: Diagnóstico interno de la empresa

2.1. Misión

Ser una microempresa proveedora de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí y sus alrededores con buen precio de mercado, asegurando la satisfacción de nuestros clientes al adquirir plántulas sanas.

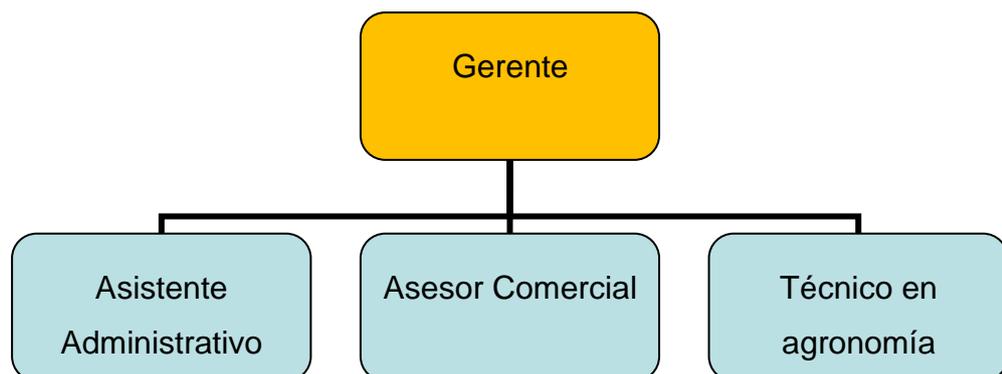
2.2. Visión

Ser reconocida como la principal microempresa comercializadora de plántulas hortícolas en los cantones de Quito y Rumiñahui, contando con proveedores certificados para ofrecer plántulas de calidad a nuestros clientes.

2.3. Estructura organizacional

Gráfico 2.

Estructura organizacional microempresa Margoth



Nota: Realizado por la autora (2020).

2.3.1. Asignación de Actividades por puesto

Gerente

- Coordinar labores administrativas, planificar la venta y distribución de plántulas.
- Desarrollo de propuestas para el desarrollo de la microempresa a corto y largo plazo.
- Tener una coordinación buena con el departamento contable.
- Debe ejercer el liderazgo para guiar y motivar al personal, supervisando el desempeño del personal de la empresa.
- Debe definir el stock de plantines a comercializar con sus respectivos cuidados, ordenar y organizar los pedidos en función de su relevancia correspondiente.
- Sueldo a percibir mensualmente 600 usd

Contador (Asistente contable)

El contador será contratado de manera externa para realizar declaraciones de impuestos ya que al no superar el volumen de ventas establecido por la Ley de \$300.000,00 anuales no estamos obligados a llevar contabilidad siendo sus honorarios 80,00 usd más IVA realizando una visita al mes.

Sus funciones serán las siguientes:

- Llevar registros de compras y ventas de la microempresa.
- Poseer un buen manejo de los libros contables así también tener actualizados.
- Control de inventarios.

- Realización de roles de pago para el personal de la microempresa y tramitar la documentación referente al IESS y Ministerio de Trabajo.
- Preparar los estados financieros correspondientes.

Vendedor (Ing. Agrónomo)

- Mantener contacto con clientes y proveedores con la finalidad de recabar información acerca de la calidad y precio
- Ejecutar contratos de ventas vía telefónica, redes sociales de pedidos realizados por los horticultores de la parroquia de Alangasí y zonas aledañas.
- Cumplimiento de metas planteadas de ventas por gerencia.
- Realización de informes de ventas y pedidos realizados mensualmente a gerencia.
- Categorización de clientes ocasionales y periódicos.

Ing. Agrónomo

- Planifica la llegada de las plántulas hortícolas según el espacio del invernadero y el stock existente.
- Riego y fertilización de las plántulas hortícolas en el invernadero.
- Fiscalizar los pedidos de plantines por parte de los proveedores, con la finalidad de que se cumpla con las normas de calidad que la microempresa tiene establecido.
- Entrega de pedidos a los clientes en su lugar de producción o domicilio, utilizando el vehículo empresarial, a su vez retira las bandejas ya utilizadas.

- Monitoreo de plagas y enfermedades constate a las plántulas, para generar reportes a gerencia acerca de problemas encontrados para tomar decisiones técnicas y administrativas.
- Sueldo a percibir mensualmente 600 usd.

2.4. Análisis e identificación de las actividades primarias del negocio (Cadena de Valor)

Gráfico 3.

Cadena de valor para la Microempresa Margoth



Nota: Realizado por la autora (2020).

La cadena de valor tiene cuatro actividades de soporte

2.4.1. Infraestructura de la microempresa:

En la microempresa Margoth se encuentran las siguientes actividades que es la gestión empresarial, como actividades financieras, contables, de adquisición y suministros, también se cuenta con instalaciones para la conservación y cuidados de las bandejas con las distintas variedades de plántulas hortícolas. Se debe considerar de se necesita un personal para

actividades de limpieza y cuidados de las plántulas cuando no se encuentre el técnico de planta.

2.4.2. Gestión de recursos humanos

Abarca reclutamiento y entrenamiento por lo tanto habrá una selección y actividad de capacitación de personas para ser empleadas por la microempresa Margoth.

Para una relación laboral en esta área se recibirá educación continua entre los incentivos económicos para el trabajo a realizar, el trabajo de los empleados juntamente con las mejores ventas y ganancias de la microempresa la ropa de trabajo y otros beneficios como un salario extra.

2.4.3. Desarrollo de tecnología

El desarrollo tecnológico (interna o de terceros) es vital para la microempresa Margoth, ya que nos ayuda a gestionar de manera más rápida, eficiente y económica los pedidos de plántulas. Como será el uso de redes sociales (como Messenger, Instagram y WhatsApp)

2.4.4. Compras

Este paso la microempresa desarrollara buenas relaciones con los proveedores para cumplir con los objetivos, consolidar plántulas hortícolas de calidad que presten atención a los márgenes de venta, que proporciona contratos para la provisión de sistemas de suministros para ahorrar en adquisición a partir de eso tomaremos medidas efectivas de compras incluye el vehículo, oficinas y servicios básicos de la microempresa.

2.4.5. Logística de entrada

En esta etapa se realizará un adecuado recibimiento de insumos agrícolas como son enraizantes, bandejas germinación, fertilizantes y desinfectantes. A la vez también procederá a recibir los pedidos de plántulas hortícolas por parte de personal capacitado para el correcto recibimiento de

las plántulas hortícolas de 8 a 10 días de germinación y con un cuidado para ser ubicada en el invernadero, antes de firmar el acta de entrega recepción al proveedor se procederá a realizar las siguientes inspecciones a las plántulas:

- Revisión del estado de las plántulas de no presentando daños mecánicos como ruptura de hojas, tallo, y ápices
- No presentar agentes patógenos en hojas, tallos, y raíz

Finalmente, las plántulas serán recibida, con las siguientes características: la Plántula compacta, tallo robusto, color verde oscuro, con buen sistema radicular, (raíces de color blanco) con un pan de tierra que resista el manipuleo, sin plagas ni enfermedades y que tenga la edad adecuada para permanecer en las instalaciones hasta su posterior despacho.

2.4.6. Operaciones

Para certificar que las operaciones de la microempresa Margoth sea eficaz el personal operario estará capacitado en el cuidado y manipulación de plántulas hortícolas. Es decir que, el tiempo de 15 días que las plántulas permanezcan en las instalaciones de la microempresa Margoth, se tendrá cuidado en las frecuencias y dosificación del riego, aplicación de enraizantes, aplicación de fertilizantes foliares, monitoreo de plagas y enfermedades, manejo de temperatura y humanidad en el invernadero.

Para el proceso de entrega de pedidos se procederá a sacar las plántulas de las bandejas de germinación con cuidado sin dañar hojas, tallos y raíces, para colocarlas en bandejas más pequeñas para posterior entrega al cliente, cuando los pedidos sean de pocas cantidades de plántulas. Mientras que si los pedidos son de grandes cantidades se preceda a enviar las plántulas con la bandeja germinación para generar el menor stress de las plántulas por el transporte y siembra en el sitio definitivo.

2.4.7. Logística de salida

Como es natural tendremos un vendedor con alta experiencia en el tema de ventas, en este paso de la cadena de valor se entregará las plántulas hortícolas empacadas listas para ser plantadas y distribuidas a los horticultores de la zona parroquia de Alangasí y sus alrededores, para esta eficaz lógica de salida se elaborará un plan de distribución que permita decir el tiempo de entrega por lo cual la microempresa prestará servicios de comercialización de plantas hortícolas.

La venta sería directa con el pequeño horticultor y huerteros de la zona, para medianos agricultores se tiene pensado trabajar bajo pedido y entrega a domicilio ya que estos pueden solicitar pedidos superiores a las 1500 plántulas y de variedades comerciales de altos rendimientos.

2.4.8. Marketing y ventas

En este elemento de la cadena de valor que es el marketing, se pretende realizarlo mediante las siguientes estrategias: como visitas a los horticultores para conocer que plántulas están necesitando con mayor frecuencia y realizar ventas directas con promociones de regalo de plántulas, también se pretende elaborar hojas volantes que serán repartidos en la junta parroquial e iglesia de la parroquia.

Participación en ferias de exhibiciones comerciales ofrecen un contacto directo con clientes potenciales, ofreciendo una muestra de nuestro producto en mini huertos con una plántula, se piensa realizar la publicidad mediante el uso de redes sociales, el cual en la actualidad es un medio de bajo costo y con un gran alcance, teniendo en miras de un posicionamiento de la microempresa en el nicho de mercado de la comercialización de plántulas hortícolas.

2.4.9. Servicio

Todo el personal de la microempresa Margoth se encontrará capacitado en dedicar un excelente servicio de ventas a los horticultores y huerteros de la parroquia de Alangasí y sus alrededores, ya que conjuntamente con la venta se procederá con el servicio post venta que consiste en mantener un contacto con los horticultores, con la finalidad de conocer cuál es la percepción de nuestro. Con esos datos nos ayudara a tener una retro alimentación de la calidad de plántulas que nos están ofreciendo nuestros proveedores.

2.5. Comercialización y Ventas

Para este punto la comercialización se la realizara en tres formas distintas. la primera forma de comercialización se la realizara en el lugar de la microempresa ya que el horticultor nos visitara para la adquisición directa de las plántulas y solicitud de pedidos de variedades altamente comerciales. La siguiente forma de comercialización y ventas, será la visita del técnico o vendedor a la finca del horticultor buscando potenciales clientes y que los mismos adquieran el servicio. Finalmente, el ultima forma de comercialización será mediante recepción de pedidos por vía redes sociales (como Messenger, Instagram y WhatsApp), que lo podrán retirar en el lugar de la microempresa o entrega a la puerta de la finca para pedidos superiores a las 1000 plántulas, de esta forma se pretende ganar clientes ya que le ahorramos tiempo y dinero en ir a comprar las plántulas, las empresas productoras de plántulas, que se encuentran en una distancia de más 2 horas de las fincas productoras en el Cantón Mejía y Cayambe.

2.6. Servicio Post – Venta

El servicio post-venta en la microempresa, posee una gran importancia para lograr una fidelización de los horticultores ya que nuestro vendedor y técnico recopilaran sugerencias, opiniones sobre las plántulas hortícolas y el servicio al domicilio, con la realimentación generada se conocerá las

opiniones del cliente para mejorar el servicio o el producto y mantener siempre la fidelidad de la marca. Y si existiera problemas con la calidad de plántulas se procedería a realizar una reposición de plántulas para satisfacer y fidelizar a los clientes a la microempresa (la reposición de plántulas se lo realizará después de un informe del técnico que demuestre que el problema es de las plántulas comercializadas y no por un mal manejo del horticultor)

2.7. Descripción y detalle del producto (Especificaciones como materias primas, ingredientes, insumos, productos finales, políticas, normas, estándares)

El producto a comercializar son plántulas hortícolas de alto rendimiento productivo, con las siguientes características como es un color uniforme de hojas en todas plántulas, desarrollo de tres a cinco hojas verdaderas, talluelos sanos, además de un buen desarrollo radicular y un firme pan de tierra que garantizara un rápido prendimiento de la planta al suelo al momento de ser plantada en el lugar de producción.

Gráfico 4.

Ejemplos de plántulas óptimas lista para su plantación.



Nota: Elaborado por la autora (2020).

Debemos tener en consideración que para nuestra comercialización de volúmenes grandes plántulas se las realizará conjuntamente bandejas de germinación de 200 alveolos (agujeros), a modo de préstamo, esto se lo realizar para garantizar un menor stress de la plántula al momento de la plantación, y de esta forma lograr una mayor confianza entre la microempresa y el cliente, a continuación, se indicará la forma de entrega de plántulas para grandes pedidos:

Gráfico 5.

Ejemplo de plántulas en bandejas de germinación listas para ser plantadas.



Nota: Elaborado por la autora (2020).

Para pedidos pequeños de menos de 500 plántulas se optará, por realizar las entregas en bandejas plásticas o cajas de cartones a raíz desnuda.

Gráfico 6.

Ejemplo de empacado de plántulas para su plantación.



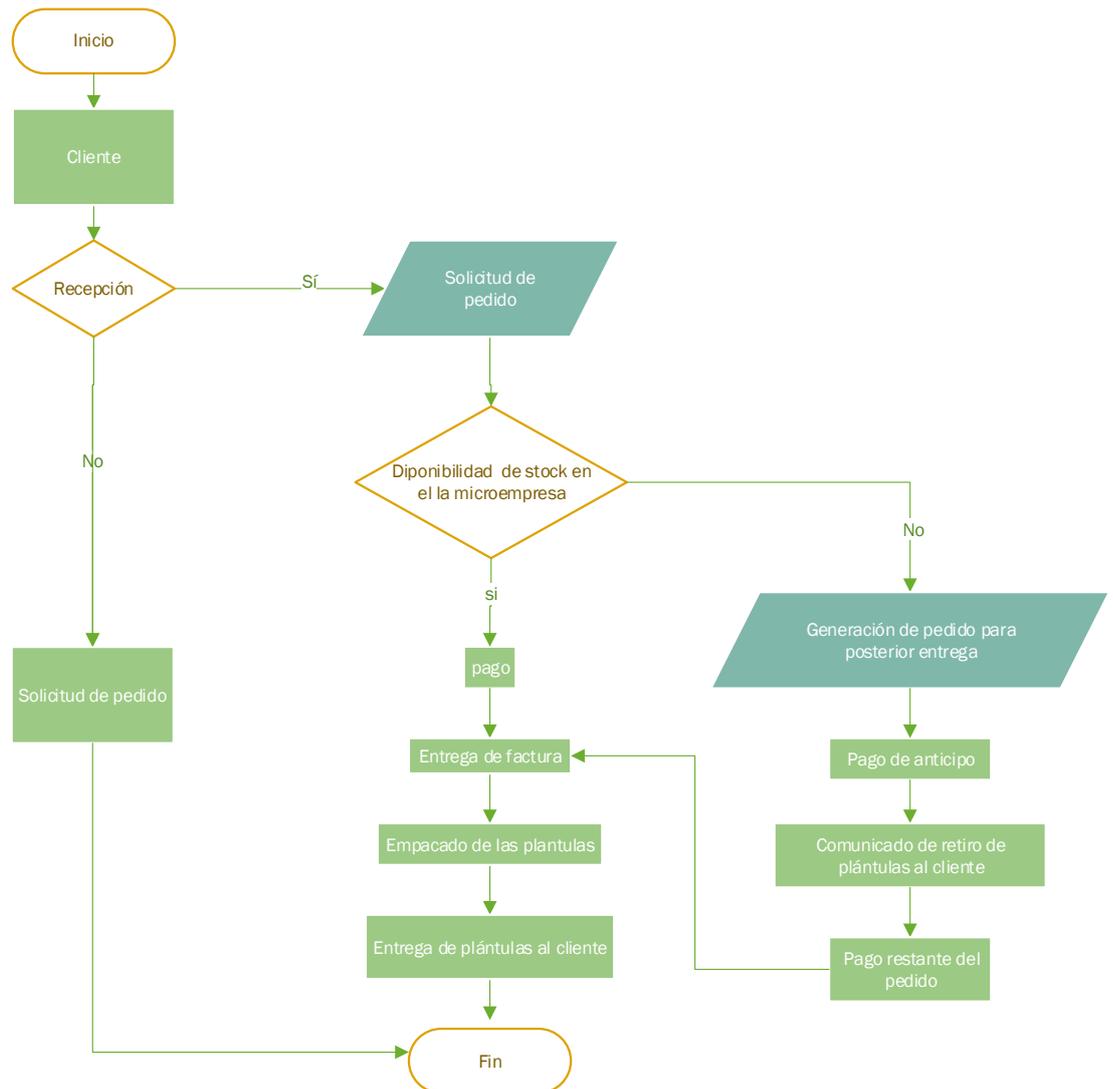
Nota: Elaborado por la autora (2020).

2.8. Proceso de prestación de servicio o producto:

2.8.1. Proceso de venta de plántulas hortícolas presencial:

Gráfico 7.

Flujograma del proceso de ventas de plántulas hortícolas presencial

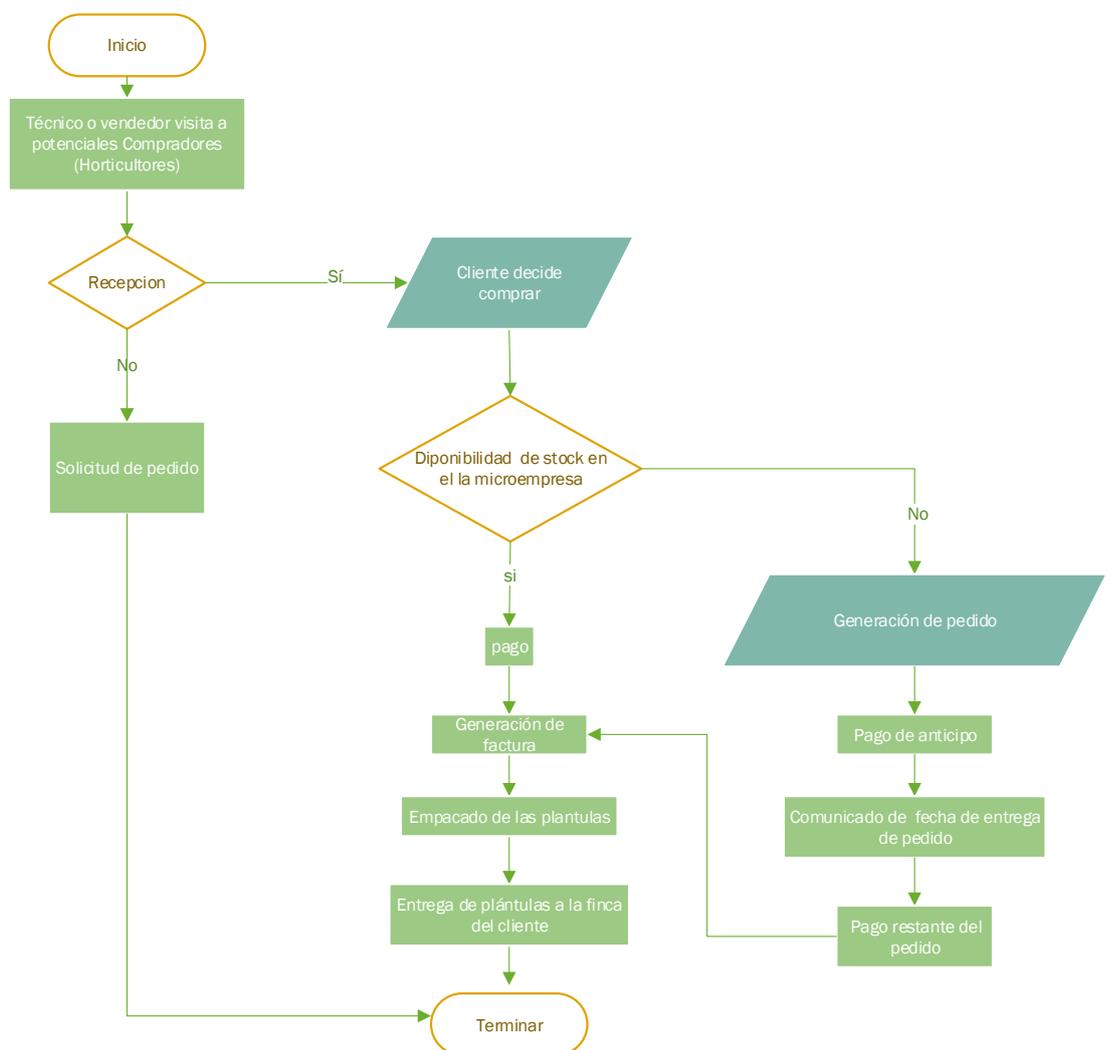


Nota: Elaborado por la autora (2020).

2.8.2. Proceso de venta de plántulas hortícolas en finca productora

Gráfico 8.

Flujograma del proceso de ventas de plántulas hortícolas en finca productora

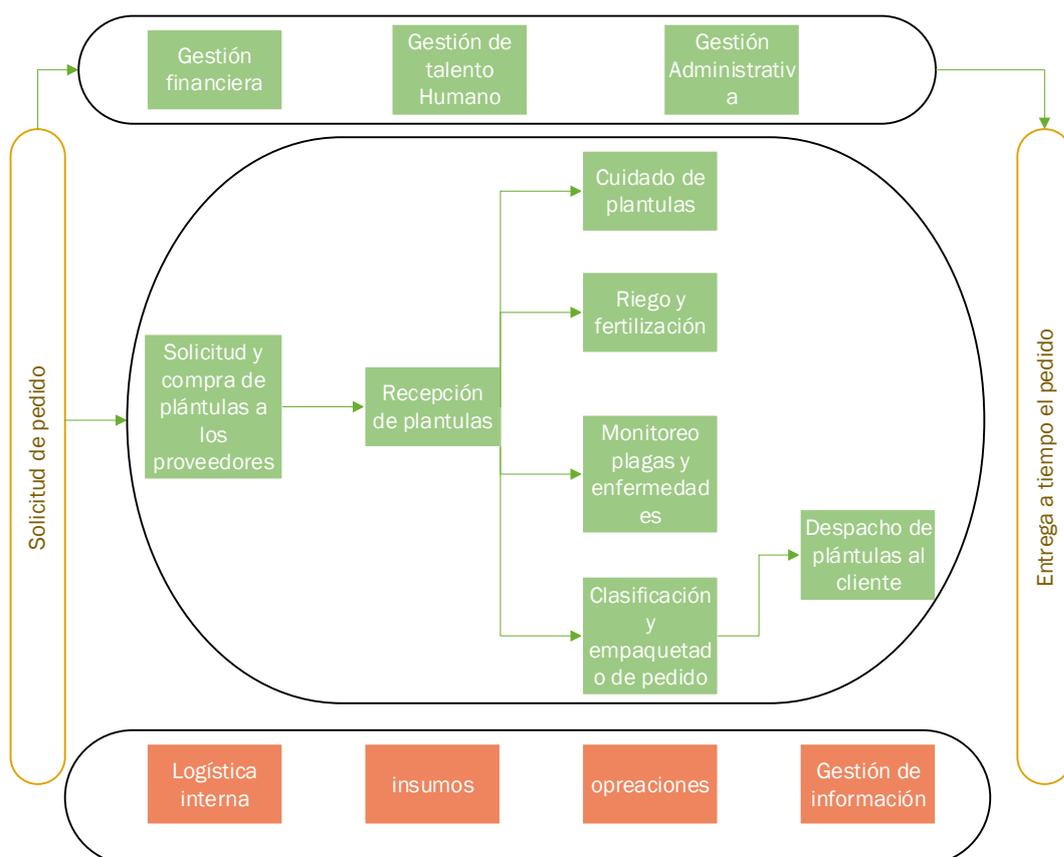


Nota: Elaborado por la autora (2020).

2.8.3. Procesos pedidos de plántulas hortícolas

Gráfico 9.

Flujograma del proceso preparación pedidos de plántulas hortícolas



Nota: Elaborado por la autora (2020).

2.9. Determinación de la capacidad instalada del negocio

Las instalaciones de la microempresa son de 100 metros cuadrados para el aprovisionamiento de las plántulas hortícolas, se usarán mesas de 1,20 metros de largo por 3 metros de largo. En la primera mesa se tendrá el stock de 5000 plántulas, que se la venderá en la ubicación de la microempresa y mientras que las demás mesas restantes servirán para el mantenimiento y cuidado de plántulas de pedidos grandes hasta su

despacho y entrega al cliente. El invernadero poseerá una capacidad de almacenaje para 15000 plántulas hortícolas.

2.10. Costos y características de la inversión

2.10.1. Inversión

La inversión que va a realizar la microempresa Margoth consiste en la construcción de una infraestructura

Tabla 2

Inversión en infraestructura a implementar en la microempresa Margoth

Concepto	Cantidad	V. Total
Invernadero	1	\$1.400,00
Bodega	1	\$700,00
Oficina	1	\$1.200,00
Total		\$3.300,00

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Tabla 3

Costos de Insumos (Plántulas) Proveedor PILVIC S.A.

Plántulas Hortícolas	Unidades anuales	V. Unitario	V. anual
Tomate riñón	130.517	\$0,02	\$2.610,34
Lechuga crespita verde, crespita roja	136.875	\$0,02	\$2.737,50
Lechuga repollo y romana	63.786	\$0,02	\$1.275,72
Apio	67.165	\$0,02	\$1.343,30
Perejil	63.437	\$0,02	\$1.268,74
Brócoli	3.840	\$0,02	\$76,79
Tomate cherry	29.603	\$0,02	\$592,05
Fresa	24.432	\$0,02	\$488,65
Total	519.654		\$10.393,08

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Tabla 4*Costos de Insumos Agrícolas*

Detalle	Cantidad	V. unitario	V. mensual	V. anual
Abonos y fertilizantes (saco de 25kg)	5	\$20,00	\$100,00	\$300,00
Insecticidas (frasco 500cc)	4	\$18,00	\$72,00	\$216,00
Fungicidas (fundas 1kg)	4	\$4,00	\$16,00	\$48,00
Turba sustrato (saco 50kg)	3	\$37,00	\$111,00	\$444,00
Enraizantes (frasco 100gr)	5	\$12,00	\$60,00	\$180,00
Total			\$359,00	\$1.188,00

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Tabla 5*Inversión en Maquinarias y Equipos*

Detalle	Cantidad	V. unitario	V. total
Bombas para fumigar 20 L	1	\$35,00	\$35,00
Bandejas Germinación	25	\$5,50	\$137,50
Mesas de estantería	2	\$150,00	\$300,00
Sistema de riegos por nebulización	1	\$380,00	\$380,00
Total			\$852,50

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Tabla 6*Gasto de Puesta en Marcha en la Microempresa Margoth*

Concepto	Cantidad	V. unitario	V. total
Patente	1	\$20,00	\$20,00
Permisos de funcionamiento	1	\$102,00	\$102,00
Total			\$122,00

Nota: Elaborado por la autora (2020).**Tabla 7***Gastos de Sueldos Administrativos Bajo Nómina a Pagar en la Microempresa Margoth*

Cargo	Cantidad	Mensual	Anual
Administradora	1	\$400.00	\$4,800.00
Total		\$400.00	\$4,800.00

Nota: Elaborado por la autora (2020).**Tabla 8***Rol de Pagos de Personal en Nómina de la Microempresa Margoth*

AÑO 1	INGRESOS			DESCUENTOS			TOTAL SUELDOS ANUAL
	SUELDO UNIFICADO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTES IESS 9,45%	TOTAL EGRESOS	VALOR A RECIBIR	
Administradora	\$400,00	-	\$400,00	\$37,80	\$37,80	\$362,20	\$4.800,00
TOTAL	\$400,00	-	\$400,00	\$37,80	\$37,80	\$362,20	\$4.800,00

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Tabla 9*Rol de Provisiones de Personal en Nómina de la Microempresa Margoth*

AÑO 1								
CARGO	SUELDO UNIFICADO	FONDOS DE RESERVA 8,33%*	APOORTE PATRONAL 12.15%	DÉCIMO CUARTO SUELDO	DÉCIMO TERCER SUELDO	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES MENSUAL	TOTAL PROVISIONES ANUAL
Administradora	\$400,00	-	\$48,60	\$33,33	\$33,33	\$16,67	\$131,93	\$1.583,20
TOTAL	\$400,00	-	\$48,60	\$33,33	\$33,33	\$16,67	\$131,93	\$1.583,20

Total sueldos año 1	6.383,20
----------------------------	-----------------

Nota: Elaborado por la autora (2020)

*Se debe tomar en cuenta que los fondos de reserva se pagan a partir del mes 13 de trabajo.

Se contratará los servicios de un ingeniero agrónomo para el mantenimiento de las plántulas en el invernadero, además realizará las gestiones necesarias para conseguir clientes en el departamento de ventas. Se le cancelará sus honorarios con facturas por el valor de \$500.00 dólares mensuales incluido IVA.

Tabla 10*Gastos de honorarios profesionales Ing. Agrónomo bajo contrato civil a pagar en la Microempresa Margoth*

Cargo	Cantidad	Mensual	Anual
Ing. Agrónomo	1	\$500,00	\$6.000,00
Total		\$500,00	\$6.000,00

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Para el manejo del área administrativa se contratará los servicios de un contador externo, que estará a cargo del manejo de las diferentes plataformas de organismos de control como el SRI, IESS, Ministerio de Trabajo, Municipio de Quito y mantendrá los impuestos y obligaciones al día.

El contador acudirá a las instalaciones una vez por semana para el registro de transacciones. El valor a cancelar por sus honorarios será de \$80.00 más IVA previa presentación de la factura.

Tabla 11

Gastos de honorarios profesionales asesoría contable bajo contrato civil a pagar en la Microempresa Margoth

Cargo	Cantidad	Mensual	Anual
Contador externo	1	\$80,00	\$960,00
Total		\$80,00	\$960,00

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Tabla 12

Costo de Servicios Básicos a Utilizar en la Microempresa Margoth

Detalles	Mensual	Anual
Luz Eléctrica	\$20,00	\$240,00
Teléfono	\$8,00	\$96,00
Internet	\$30,00	\$360,00
Agua Potable	\$30,00	\$360,00
Total	\$88,00	\$1.056,00

Nota: Elaborado por la autora (2020)

2.10.2. Equipos de Computación y Comunicación

Se considera que el computador será de vital importancia ya que pretende llevar una fuerte campaña de marketing en redes sociales y estos equipos nos permitirán estar al contacto con nuestros clientes.

Tabla 13

Inversión en Equipos de Computación y Comunicación que Usarán en la Microempresa Margoth

Detalle	Cantidad	V. unitario	V. total
Computadora	1	\$500,00	\$500,00
Impresora	1	\$120,00	\$120,00
Total		\$620,00	\$620,00

Nota: Elaborado por la autora (2020)

2.11. Muebles de oficina

Como se tiene contemplado que también se realizarían ventas en las instalaciones de la microempresa Margoth se hace necesario que exista muebles para los clientes y personal que laborara en la microempresa.

Tabla 14

Inversión en Muebles de Oficina que se Usara en la Microempresa Margoth

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Counter para recepción	1	\$130,00	\$130,00
Archivador	1	\$100,00	\$100,00
Sillas ergonómicas	1	\$70,00	\$70,00
Sillas de espera	4	\$26,00	\$104,00
Total		\$326,00	\$404,00

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Tabla 15

Valor Total de la Inversión en Activos Fijos en la Microempresa Margoth

CONCEPTO	VALOR
Invernadero	\$1.400,00
Bodega	\$700,00
Oficina	\$1.200,00
Maquinaria y equipo	\$852,50
Equipos de computación	\$620,00
Muebles y enseres	\$404,00
TOTAL	\$5.176,50

Nota: Elaborado por la autora (2020)

2.11.1. Útiles de oficina

Tabla 16

Gasto de Principales Útiles de Oficina que se usará en la Microempresa Margoth

Detalle	Consumo anual	V. Unitario	V. Total anual
Caja de esferos	1	\$1,50	\$1,50
Grapadora	1	\$2,00	\$2,00
Perforadora	1	\$2,50	\$2,50
Caja de resma de papel bond	6	\$23,50	\$141,00
Cajas de grapas	6	\$0,80	\$4,80
Saca grapas	1	\$0,50	\$0,50
Tintas para impresora kit*4 colores	2	\$20,00	\$40,00
Corrector	6	\$0,50	\$3,00

Cuadernos	36	\$1,20	\$43,20
Facturas block de 100	1	\$12,00	\$12,00
Total			\$250,50

Nota: Elaborado por la autora (2020)

2.11.2. Útiles de limpieza

Tabla 17

Útiles de Limpieza *que se Usara en la Microempresa Margoth*

Detalle	Consumo anual	V. Unitario	V. Total anual
Fundas de basura	12	\$1,25	\$15,00
Escobas	6	\$2,00	\$12,00
Cepillos plásticos	2	\$2,50	\$5,00
Trapeador	2	\$2,00	\$4,00
Recogedor	2	\$2,00	\$4,00
Total			\$40,00

Nota: Elaborado por la autora (2020)

2.11.3. Movilización

Como se ha mencionado en análisis anteriores una forma de comercializar las plántulas hortícolas es realizar visitar los horticultores y realizar entregas a domicilio, la microempresa posee una camioneta que será usada como medio de transporte, considerándose los siguientes gastos.

Tabla 18*Gasto de Movilización que se Usara en la Microempresa Margoth*

Concepto	Mensual	Anual
Combustibles y lubricantes (mensual)	\$120,00	\$1.440,00
Mantenimiento (Cada 6 meses)	\$25,00	\$300,00
Tag de peaje	\$30,00	\$360,00
Total	\$175,00	\$2.100,00

Nota: Elaborado por la autora (2020)**Tabla 19***Depreciaciones de la Microempresa Margoth*

Detalle	Inversión	Vida útil	Valor anual	Valor mensual
Invernadero	\$1.400,00	10 años	\$140,00	\$11,67
Edificios	\$1.900,00	20 años	\$95,00	\$7,92
Maquinaria y equipo	\$852,50	10 años	\$85,25	\$7,10
Muebles y enseres	\$404,00	10 años	\$40,40	\$3,37
Equipos de computación	\$620,00	3 años	\$206,67	\$17,22
Total	\$5.176,50		\$567,32	\$47,28

Nota: Elaborado por la autora (2020)**Tabla 20***Gastos Fijos de la Microempresa Margoth*

Detalle	Mensual	Anual
Sueldos	\$400,00	\$4.800,00
Beneficios sociales	\$131,93	\$1.583,20
Honorarios contables	\$80,00	\$960,00
Honorarios Ing. agrónomo	\$500,00	\$6.000,00

Servicios básicos	\$58,00	\$696,00
Útiles de oficina	\$20,88	\$250,50
Útiles de limpieza	\$3,33	\$40,00
Gastos puesta en marcha	-	\$122,00
Depreciaciones	\$47,28	\$567,32
Total	\$1.241,42	\$15.019,02

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Tabla 21

Gastos Variables de la Microempresa Margoth

Detalle	Mensual	Anual
Costo insumos	-	\$11.581,08
Agua	\$30,00	\$360,00
Mantenimiento vehículo	\$25,00	\$300,00
Combustibles y lubricantes	\$120,00	\$1.440,00
Tag de peaje	\$30,00	\$360,00
Total	\$205,00	\$14.041,08

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Para el cálculo realizado en la tabla 22 se utilizó el método de los desfases, que consiste en establecer la cuantía de los valores que deben definirse, desde el momento de inicio del desembolso hasta cuando son recuperados por el concepto de ventas, cuando se ingresa el dinero en efectivo a caja.

Tabla 22*Capital de Trabajo Requerido para la Microempresa Margoth*

Rubro	Costo anual
Costo de plántulas	\$10.393,08
Costo de insumos agrícolas	\$1.188,00
Sueldos y salarios	\$6.383,20
Honorarios contables	\$960,00
Honorarios Ing. agrónomo	\$6.000,00
Gastos servicios básicos	\$1.056,00
Gastos de movilización	\$2.100,00
Gastos de puesta en marcha	\$122,00
Gastos útiles de oficina	\$250,50
Gastos útiles de limpieza	\$40,00
COSTO TOTAL	\$28.492,78
Días año	365,00
Días desface	60,00
CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO	\$4.683,74

Nota: Elaborado por la autora (2020)

En la microempresa Margoth se toma en cuenta 30 días desde la adquisición de las plántulas, preparación y riego mientras se van comercializando y 30 días para cobro de las ventas a crédito, dando como resultado 60 días de desface, por lo tanto, se necesitará \$4.683,74.

Tabla 23*Inversión inicial requerida para la Microempresa Margoth*

Rubro	Valor inicial	%
Activo no corriente	\$5.176,50	
Invernadero	\$1.400,00	
Bodega	\$700,00	
Oficina	\$1.200,00	52%
Maquinaria y equipo	\$852,50	
Equipos de computación	\$620,00	
Muebles y enseres	\$404,00	
Activo corriente	\$4.683,74	48%
Capital de trabajo	\$4.683,74	
TOTAL	\$9.860,24	

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Como podemos observar para iniciar la microempresa de comercialización de plántulas hortícolas Margoth se necesita \$9.860,24, el cual será financiado como se detalla en la tabla 24.

Tabla 24*Estructura del financiamiento de la Inversión de la Microempresa Margoth*

Descripción	Valor	% de participación
Capital propio	\$4.500,00	46%
Crédito requerido	\$5.360,24	54%
TOTAL	\$9.860,24	100%

Nota: Elaborado por la autora (2020)

La Microempresa Margoth cuenta con un capital propio de \$4.500,00 que equivale al 46% de la inversión inicial para la puesta en marcha, mientras que se requiere \$5.360,24, los cuales se lo obtendrá mediante un crédito bancario, cuya amortización del préstamo se detalla a continuación:

Institución financiera	COOPROGRESO
Nombres:	José Rodrigo Flores
Número de cédula:	1710725639
Monto del crédito:	\$5.360,24
Tasa de interés anual:	12,99%
Tasa de interés mensual:	1,08%
Períodos anuales:	5 años
Períodos mensuales:	60 meses

Tabla 25

Amortización del préstamo

Nº	AMORTIZACIÓN CAPITAL		INTERÉS MENSUAL		CUOTA MENSUAL		SALDO CAPITAL	
							\$	5.360,24
1	\$	63,91	\$	58,02	\$	121,93	\$	5.296,33
2	\$	64,60	\$	57,33	\$	121,93	\$	5.231,73
3	\$	65,30	\$	56,63	\$	121,93	\$	5.166,43
4	\$	66,01	\$	55,93	\$	121,93	\$	5.100,42
5	\$	66,72	\$	55,21	\$	121,93	\$	5.033,70
6	\$	67,44	\$	54,49	\$	121,93	\$	4.966,26
7	\$	68,17	\$	53,76	\$	121,93	\$	4.898,08
8	\$	68,91	\$	53,02	\$	121,93	\$	4.829,17
9	\$	69,66	\$	52,28	\$	121,93	\$	4.759,51
10	\$	70,41	\$	51,52	\$	121,93	\$	4.689,10
11	\$	71,18	\$	50,76	\$	121,93	\$	4.617,92
12	\$	71,95	\$	49,99	\$	121,93	\$	4.545,98
13	\$	72,72	\$	49,21	\$	121,93	\$	4.473,25
14	\$	73,51	\$	48,42	\$	121,93	\$	4.399,74
15	\$	74,31	\$	47,63	\$	121,93	\$	4.325,43
16	\$	75,11	\$	46,82	\$	121,93	\$	4.250,32

17	\$	75,92	\$	46,01	\$	121,93	\$	4.174,40
18	\$	76,75	\$	45,19	\$	121,93	\$	4.097,65
19	\$	77,58	\$	44,36	\$	121,93	\$	4.020,07
20	\$	78,42	\$	43,52	\$	121,93	\$	3.941,65
21	\$	79,27	\$	42,67	\$	121,93	\$	3.862,39
22	\$	80,12	\$	41,81	\$	121,93	\$	3.782,26
23	\$	80,99	\$	40,94	\$	121,93	\$	3.701,27
24	\$	81,87	\$	40,07	\$	121,93	\$	3.619,40
25	\$	82,75	\$	39,18	\$	121,93	\$	3.536,65
26	\$	83,65	\$	38,28	\$	121,93	\$	3.453,00
27	\$	84,56	\$	37,38	\$	121,93	\$	3.368,44
28	\$	85,47	\$	36,46	\$	121,93	\$	3.282,97
29	\$	86,40	\$	35,54	\$	121,93	\$	3.196,58
30	\$	87,33	\$	34,60	\$	121,93	\$	3.109,24
31	\$	88,28	\$	33,66	\$	121,93	\$	3.020,97
32	\$	89,23	\$	32,70	\$	121,93	\$	2.931,73
33	\$	90,20	\$	31,74	\$	121,93	\$	2.841,54
34	\$	91,17	\$	30,76	\$	121,93	\$	2.750,36
35	\$	92,16	\$	29,77	\$	121,93	\$	2.658,20
36	\$	93,16	\$	28,78	\$	121,93	\$	2.565,04
37	\$	94,17	\$	27,77	\$	121,93	\$	2.470,87
38	\$	95,19	\$	26,75	\$	121,93	\$	2.375,68
39	\$	96,22	\$	25,72	\$	121,93	\$	2.279,47
40	\$	97,26	\$	24,68	\$	121,93	\$	2.182,21
41	\$	98,31	\$	23,62	\$	121,93	\$	2.083,89
42	\$	99,38	\$	22,56	\$	121,93	\$	1.984,52
43	\$	100,45	\$	21,48	\$	121,93	\$	1.884,07
44	\$	101,54	\$	20,40	\$	121,93	\$	1.782,53
45	\$	102,64	\$	19,30	\$	121,93	\$	1.679,89
46	\$	103,75	\$	18,18	\$	121,93	\$	1.576,14
47	\$	104,87	\$	17,06	\$	121,93	\$	1.471,26
48	\$	106,01	\$	15,93	\$	121,93	\$	1.365,26
49	\$	107,16	\$	14,78	\$	121,93	\$	1.258,10
50	\$	108,32	\$	13,62	\$	121,93	\$	1.149,79
51	\$	109,49	\$	12,45	\$	121,93	\$	1.040,30
52	\$	110,67	\$	11,26	\$	121,93	\$	929,62
53	\$	111,87	\$	10,06	\$	121,93	\$	817,75
54	\$	113,08	\$	8,85	\$	121,93	\$	704,67
55	\$	114,31	\$	7,63	\$	121,93	\$	590,36
56	\$	115,54	\$	6,39	\$	121,93	\$	474,82
57	\$	116,79	\$	5,14	\$	121,93	\$	358,02

58	\$	118,06	\$	3,88	\$	121,93	\$	239,97
59	\$	119,34	\$	2,60	\$	121,93	\$	120,63
60	\$	120,63	\$	1,31	\$	121,93	\$	-
TOTAL	\$	5.360,24	\$	1.955,83	\$	7.316,08		

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Tabla 26

Gasto Financiero

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pago interés anual	\$648,95	\$536,64	\$408,85	\$263,43	\$97,96

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Tabla 27

Amortización del Capital

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Amortización de capital	\$814,27	\$926,57	\$1.054,36	\$1.199,78	\$1.365,26

Nota: Elaborado por la autora (2020)

Capítulo 3: Estrategia comercial propuesta:

3.1. Segmentación de Cliente

Es una estrategia para centrar al grupo de clientes de interés y la toma de acción en las estrategias de mercadeo para conocer el público objetivo, ser clasificado y estudiado con el fin de llevar hacia la retención y fidelización. Teniendo en cuenta que los consumidores de nuestro producto son los horticultores de la parroquia de Alangasí y sus alrededores que se encuentran en un rango de edad de los 25 a 65 años, de género masculino y femenino los cuales se encuentran desarrollando actividad agrícola que va desde pequeños espacios a producciones comerciales.

3.2. Análisis de resultados de datos recogidos en la encuesta

Se realiza una encuesta a 173 horticultores de la zona, que cumplen el perfil que se detalla a continuación:

Se puede apreciar en la tabla 28, que la mayor cantidad de horticultores se encuentran los 35 a 44 años de edad siendo 43,35 % de los encuestados, esto nos indica que los horticultores se encuentran dentro de la población económica activa. Mientras que podemos observar que el siguiente rango de edad de los 45 a 54 años de edad que equivale al 27,17 %, esto nos indica la tendencia que ocurre en ciertas zonas rurales que la mayoría de agricultores se encuentran o están al borde de la tercera edad.

Tabla 28

Rangos de edad de horticultores en la parroquia de Alangasí

Edad	Frecuencia	%
0 -24	0	0,00%
25 - 34	5	2,89%
35 - 44	75	43,35%

45 - 54	47	27,17%
55 - 66	27	15,61%
mayor a 67	19	10,98%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

Se puede observar que los 173 horticultores, 92 de los encuestados corresponden al género femenino que equivale al 53,18 % y un 82 encuestados corresponde al género masculino que equivale al 46,82 %.

Tabla 29

Género de horticultores en la parroquia de Alangasí

Género	Frecuencia	%
Femenino	92	53,18%
Masculino	81	46,82%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

En el nivel de instrucción se observa que existe la mayor parte de los agricultores poseen educación primaria con un 41,04 %, seguido de educación secundaria con un 33,53%. También hay que notar que un 10,98 % poseen educación universitaria, lo cual es notable en su sistema productivo ya que posee un mayor nivel tecnológico como es el uso de invernaderos, sistemas de riego y lugares fijos de comercialización.

Tabla 30

Nivel de instrucción de horticultores en la parroquia de Alangasí

Nivel de instrucción	Frecuencia	%
Primaria	71	41,04%
Secundaria	58	33,53%
Tecnólogo	12	6,94%

Universitaria	19	10,98%
Ninguna	13	7,51%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

El nivel de ingresos de los horticultores se encuentra mayormente entre el rango 200 \$ a 400\$ mensuales que corresponde al 56,07 % de los encuestados, mientras que 28,90 % poseen un ingreso mensual entre 400 \$ a 800 \$. Esto nos demuestra que los agricultores pueden invertir en sus cultivos comprando insumos de calidad como es el caso de la semilla.

Tabla 31

Ingresos mensuales de horticultores en la parroquia de Alangasí

Ingresos mensuales	Frecuencia	%
0\$ - 200\$	22	12,72%
200\$ - 400\$	97	56,07%
400\$ - 800\$	50	28,90%
Mayor a 800\$	4	2,31%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

El barrio de San Carlos de Alangasí es en donde mayor producción hortícola existe con un 13,87 %, también se observa que el Barrio El Tingo posee un 9,25 %, de producción hortícola y los barrios Angamarca A y Ushimana cada uno posee un 4,05 % de participación hortícola. Esto se debe a que en estos barrios se encuentran la mayor cantidad de horticultores de tomate riñón y lechuga crespa.

Tabla 32*Barrios de producción de hortalizas en la parroquia de Alangasí*

Barrios	Frecuencia	%
Alangasí	7	4,05%
Angamarca A	10	5,78%
Angamarca B	6	3,47%
Betania	9	5,20%
Carlos María de la Torre	5	2,89%
Chinchiloma	8	4,62%
El Rocio	5	2,89%
Ferraria	2	1,16%
Fuentes Cristalinas	6	3,47%
Jerusalén	5	2,89%
La Concepción	8	4,62%
las Retamas	8	4,62%
Mirasierra	6	3,47%
Playa chica	5	2,89%
Pedregal	5	2,89%
San Vicente	2	1,16%
San Antonio	2	1,16%
San Carlos de Alangasí	24	13,87%
San Francisco de Alpahuma	4	2,31%
San Gabriel	6	3,47%
San Juan Loma	5	2,89%
San Rafael	6	3,47%
San Vicente	3	1,73%
El Tingo	16	9,25%
Ushimana	10	5,78%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

Mediante la realización de encuestas se detectó que las principales hortalizas sembradas son tomate riñón lo cultivan el 54,91 %, lechuga crespa es cultivada en un 47,98 %, Tomate cherry el 46,82 %, lechuga de repollo con el 45,09 %, Apio con el 43,35 %, tenemos también el cultivo de perejil con 42,20 %, como en últimas posiciones están el cultivo de brócoli y fresa con el 34,68 %. Cabe mencionar que los agricultores también siembran más productos, pero son para el auto consumo por lo que no se los tomo en cuenta para el análisis.

Tabla 33

Principales hortalizas que siembran los horticultores en la parroquia de Alangasí

Cultivo	si	no	% SI
Tomate riñón	95	78	54,91%
Lechuga crespa	83	90	47,98%
Lechuga repollo	78	95	45,09%
Apio	75	98	43,35%
Perejil	73	100	42,20%
Brócoli	60	113	34,68%
Tomate cherry	81	92	46,82%
Fresa	60	113	34,68%
Otro	0	173	0,00%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

La tabla 34 nos indica que la superficie promedio de siembra es 197,39 m² correspondientes al cultivo de tomate riñón, 81,94 m² del cultivo de lechuga crespa, 61,78 m² de lechuga de repollo, seguidos del cultivo de

fresa con una superficie promedio de 61,05 m². Esto nos indica que existe una relación estrecha entre los principales cultivos y la superficie sembrada.

Tabla 34

Superficie de hortalizas cultivadas por los horticultores en la parroquia de Alangasí

Cultivo	Área (metros cuadrados)	Muestra de agricultores	Área promedio metros cuadrados
Tomate riñón	34149	173	197,39
Lechuga crespa	14175	173	81,94
Lechuga repollo	10688	173	61,78
Apio	10273	173	59,38
Perejil	9932	173	57,41
Brócoli	2588	173	14,96
Tomate cherry	9597	173	55,47
Fresa	10561	173	61,05
Otro	0	173	0,00

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

Podemos observar que el cultivo de lechuga crespa se lo siembra en promedio a 1,92 veces al año, seguido por la lechuga de repollo con una siembra promedio de 1,78 veces al año y el apio con 1,30 veces al año el mismo caso ocurre con el perejil con 1,27 veces al año, este se debe a que son cultivos de ciclo corto y su ciclo de producción es de 2 meses aproximadamente.

El caso del tomate riñón tiene una siembra promedio de 1,13 veces al año, seguido del tomate cherry con 0,92 veces al año y la fresa con 0,69 veces al año, esto se debe a que son cultivos anuales y su ciclo de producción supera los 8 meses.

Tabla 35

Número de siembra anuales de hortalizas cultivas en la parroquia de Alangasí

Cultivo	Número de siembras anuales	Número de agricultores	Siembra promedio de agricultores
Tomate riñón	195	173	1,13
Lechuga crespas	332	173	1,92
Lechuga repollo	308	173	1,78
Apio	225	173	1,30
Perejil	219	173	1,27
Brócoli	102	173	0,59
Tomate cherry	160	173	0,92
Fresa	120	173	0,69
Otro	0	173	0,00

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

Se notó que del muestreo tomado nos indica que un 84,97 % de los horticultores compran plántulas ya que como se mencionó el uso de plántulas acerca el ciclo productivo, y un 15,03 % no compran plántulas hortícolas ya que las producen.

Tabla 36

Número de productores de hortalizas que compran plántulas en la parroquia de Alangasí

Compra de plántulas	Frecuencia	%	porcentaje acumulado
no	26	15,03%	15,03%
si	147	84,97%	100,00%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

De los 26 horticultores que no compran producto actualmente, el 65,38 % están dispuestos a comprar nuestras plántulas y el 34,62 % no presenta una disposición de comprar plántulas ya que desconfían de la calidad y procedencia de la semilla por lo que producen sus propias plántulas.

Tabla 37

Disposición de compra por parte de los horticultores que producen plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí

Compraría plántulas	Frecuencia	%	porcentaje acumulado
no	9	34,62%	34,62%
si	17	65,38%	100,00%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

El cuadro nos indica que el 45,66 % de los encuestados conocen al menos un proveedor de plántulas que se encuentran en el mercado de Sangolquí, mientras que 34,68 % de los encuestados conocen dos proveedores de plántulas y el 19,65 % conocen a más de tres proveedores.

Tabla 38*Proveedores que conocen los horticultores de la parroquia de Alangasí*

Cuántos proveedores conoce	Frecuencia	%
1 proveedor	79,00	45,66%
2 proveedores	60,00	34,68%
3 proveedores o mas	34,00	19,65%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

Esta tabla nos indica los precios referenciales que actualmente se encuentran en el mercado de oferta en plántulas hortícolas, porque se ajustan a nuestra estrategia de entrega a domicilio y tablas de precios para venta al público existe poca variabilidad.

Tabla 39*Precio promedio de plantines hortícolas comprados por los horticultores en la parroquia de Alangasí*

Cultivo	Precio 1 usd	Precio 2 usd	Precio3 usd	Precio promedio usd
Tomate riñón	\$0,08	\$0,1	\$0,12	\$0,10
Lechuga crespita	\$0,05	\$0,04	\$0,03	\$0,04
Lechuga repollo	\$0,04	\$0,04	\$0,03	\$0,04
Apio	\$0,04	\$0,04	\$0,03	\$0,04
Perejil	\$0,05	\$0,04	\$0,03	\$0,04
Brócoli	\$0,05	\$0,04	\$0,03	\$0,04
Tomate cherry	\$0,11	\$0,05	\$0,08	\$0,08
Fresa	\$0,15	\$0,16	\$0,14	\$0,15
Otro	\$0	\$0	\$0	\$0,00

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

El 97,69 % de los encuestados tienen que ir a recoger las plántulas adquiridas en el local del proveedor y solo un 2,31 % reciben las plantas en su domicilio esto se debe a que poseen un convenio por la compra de gran cantidad de plantas.

Tabla 40

Lugar de entrega de plántulas hortícolas compradas por los horticultores en la parroquia de Alangasí

Lugar de entrega de plántulas	Frecuencia	%
Domicilio horticultor	4	2,31%
Local del proveedor	169	97,69%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

De todos los encuestados el 100 % se encuentra de acuerdo que por la compra de plántulas se las entregue a domicilio. Lo cual nos demuestra que existe una buena acogida de nuestra propuesta de entrega a domicilio por la compra de las plántulas hortícolas.

Tabla 41

Preferencia de entrega a domicilio de plántulas hortícolas compradas por los horticultores en la parroquia de Alangasí

Entrega de plántulas a domicilio	Frecuencia	%
si	173	100%
no	0	0%

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

El 100 % de los horticultores encuestados nos comentan que las plántulas que compran las reciben en varios recipientes que van desde fundas planticas o cajas de cartón, en las cuales las raíces se encuentran

expuestas al ambiente produciendo un estrés de las mismas y teniendo que ser sembradas enseguida para que se deterioren. Una de nuestra propuesta es la entrega de plántulas hortícolas con bandejas de germinación a préstamo cuando la compra supere las 1000 plántulas se puede observar que tiene buena acogida

Tabla 42

Recepción en bandejas de plántulas hortícolas compradas por los horticultores en la parroquia de Alangasí

Recibe las plántulas en bandejas	Frecuencia	%
si	0	0
no	173	100

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

Se puede observar el 39,9 % opinan que el servicio de los proveedores de plántulas hortícolas es bueno, dándonos a entender que existe aún mucho campo para mejorar y posicionarse en el mercado ya que solo el 5,8 % mencionan que el servicio de su proveedor de plántulas es excelente.

Tabla 43

Grado de satisfacción al con el servicio de los proveedores de plántulas hortícolas sentido por los horticultores de la parroquia de Alangasí

Grado de satisfacción	Frecuencia	%
Excelente	10	5,8
Muy bueno	16	9,2
Bueno	69	39,9
Poco satisfactorio	56	32,4
Malo	22	12,7

Nota: Tomado de la encuesta realizada. Elaborada por la autora (2020)

3.3. Planificación de estrategia a largo plazo para la fidelización de clientes

La implementación de estrategias para la fidelización de clientes consiste en implementar una tasa de descuento que ira desde el 2 % hasta un 10%, que básicamente dependerá de la cantidad de plantas compradas, estos descuentos se aplicaran desde una compra superior a las 1500 plántulas de cualquier variedad de hortaliza. Así también se realizará un seguimiento postventas con la finalidad de tener una relación cercana con el cliente y de esta manera conocer el desarrollo de las plántulas, para mostrarlos como ejemplos para futuros clientes, dentro de este plan de seguimiento de las plántulas tiene la finalidad de realizar reposiciones de plántulas hortícolas si la muerte de las mismas no es por causas de un mal manejo.

3.4. Estrategias corporativas

La principal estrategia tradicional de una empresa es captar y fidelizar la mayor cantidad de clientes posibles para maximizar las ventas mediante las estrategias en la promoción y posicionamiento de la venta de plántulas hortícolas. Con esta perspectiva de logro todo el personal de la microempresa Margoth trabajara bajo el mismo rumbo.

El gerente de la microempresa será quien liderará las estrategias, y será quien realice el seguimiento y control de todos los departamentos en busca de lograr la eficiencia de cada uno, para esto el se encontrará con el respaldo de todo el personal de la microempresa Margoth.

Como se mencionó en el capítulo anterior va existir un departamento o área de cuidado de las plántulas hortícolas, que va contar por un Ing Agrónomo quien se encargara de los cuidados y mantención de las plántulas. Además, también posee otra función que es las ventas en la cual

tendrá que visitar y buscar nuevos clientes que establecerá comunicación y retroalimentación. Para estas funciones será capacitado en manejo de viveros hortícolas y atención al cliente con miras a alcanzar la mayor eficiencia posible.

3.4.1. Marketing Mix

El marketing mix es una herramienta que nos ayuda analizar 4 variables del mercado que son conocidas como las 4p haciendo referencia al producto, precio, plaza (lugar), promoción. Estos elementos nos ayudan a generar una propuesta de valor que satisface las necesidades del cliente, los atributos de la oferta se definen con el mix comercial (Roberto, 2014).

Entonces las cuatro variables que la microempresa Margoth será manejada para lograr las respuestas deseadas en el consumidor (cliente).

Producto

Este proyecto tendrá el Nombre de “Plántulas Margoth”, lo cual expresa el objetivo del presente proyecto de investigación. A continuación, se presenta el logo de la microempresa Margoth.

Gráfico 10.

Logo de la microempresa Margoth



Nota: Elaborado por la autora (2020).

El eslogan propuesto es: “PLÁNTULAS SANAS PARA COSECHAS SEGURAS”

Gráfico 11.

Ejemplo de plántula de hortaliza lista para ser comercializada



Nota: Elaborado por la autora (2020).

La microempresa Plántulas Margoth, ofrecerá plántulas hortícolas sanas de dos a tres hojas verdaderas y un buen desarrollo radicular, procedentes de semillas de alta calidad para brindar una mayor productividad en las cosechas de los horticultores y horticulturas de la parroquia de Alangasí y barrios aledaños. También se facilitará información complementaria y una pequeña capacitación de cómo realizar el trasplante y cuidados hasta el prendimiento de las plántulas en su sitio definitivo por parte del Ing. Agrónomo hacia nuestros clientes.

Precio

En esta variable la Microempresa Plántulas Margoth, aplicara el siguiente listado de precios que va a depender de la variedad de hortalizas que se muestra a continuación:

Tabla 44

Precio de venta al público de plántulas de hortalizas por la microempresa “plántulas Margoth”

Variedades de hortalizas	Costo por unidad (\$)
Lechuga crespa verde, crespa roja	\$0,03
Lechuga repollo y romana	\$0,03
Tomate riñón	\$0,12
Tomate cherry	\$0,12
Espinaca	\$0,03
Zanahoria	\$0,02
Baby zanahoria	\$0,02
Acelga	\$0,03
Perejil	\$0,03
Apio	\$0,03
Pimiento (rojo y verde)	\$0,04
Tomillo	\$0,08
Orégano	\$0,08
Albahaca	\$0,03
Col	\$0,03
Brócoli	\$0,03
Coliflor	\$0,03
Kale	\$0,03
Cebolla (perla, colorada)	\$0,03
Cebolla de rama	\$0,03
Cebolla puerro	\$0,03
Zucchini	\$0,06
Pepinillo	\$0,06
Remolacha	\$0,02
Cilantro	\$0,03
Papanabo	\$0,02
Cebollín	\$0,03
Nabo chino	\$0,03
Hierba magui	\$0,1
Menta	\$0,06
Hierba buena	\$0,06
Fresa	\$0,15

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Se aplicará la estrategia de precios por descuento en base a la cantidad comprada que ira desde el 2 % hasta un 10%, que básicamente dependerá de la cantidad de plantas compradas, estos descuentos se aplicaran desde una compra superior a las 1500 plántulas de cualquier variedad de hortaliza.

Plaza

Nuestro producto se ofertará tanto en un lugar físico que es un invernadero 100 metros cuadrados en el barrio San Carlos de Alangasí en las calles Argentina y Puerto rico, el cual cuenta con fácil acceso ya que es una vía principal de movilización de la parroquia hacia la ciudad de Quito. El lugar contara con un stock de plántulas hortícolas de diversas variedades para satisfacer pedidos pequeños que irán desde las 10 hasta 500 plántulas, para pedidos mayores se hará con anticipación.

Promoción

La promoción se lo realizará de varias formas ya que es de muy importante para dar a conocer sobre nuestro producto al mercado objetivo. Hay tener en consideración que mucha que la publicidad podría ser muy costosa y tener poca acogida, así también existen métodos muy económicos y con mayor acogida por las personas.

Debemos que considerar que la microempresa “Plántulas Margoth” es nueva y debemos propagar a los agricultores de la zona la información necesaria de los beneficios que tiene nuestro producto, con esto en mente se realizaran los siguientes medios de promoción:

Local comercial: Se realizará concurso, descuentos y obsequios, a los horticultores que nos visiten, además también se realizará el reparto de flyer (hojas volantes) unas semanas antes de la inauguración del establecimiento.

Redes sociales: Se creará perfiles de usuarios en redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter y Whatsapp, con la finalidad exponer nuestros productos y sus precios, puntos de venta y más.

Ferias y Exposiciones: Se gestionará para tener una presencia de nuestro producto en varias ferias locales.

Equipo de ventas: Estará constituido por un Ing. Agrónomo, quien realizará visitas a los horticultores de la parroquia y zonas aledañas, con la finalidad de difundir información de nuestros productos y realizar algunas entregas gratuitas de plántulas a posibles clientes, para que comprueben la calidad y sanidad de nuestro producto.

3.4.1.1. Consumidor satisfecho

Como se mencionó anteriormente, todas las estrategias están relacionadas con satisfacer las necesidades de los productores hortícolas que es proveer plántulas sanas y procedente de semilla de alta calidad para lograr un mayor rendimiento de las plántulas en el sitio definitivo. Esto busca lograr proveer productos y lográndose establecer en la mente del usuario, como se mencionó en la promoción se pretende dar una pequeña capacitación en el manejo y cuidado de las plántulas para un mejor rendimiento en el suelo, de esta manera se pretende satisfacer las inquietudes del producto adquirido.

3.4.1.2. Costo a satisfacer

Siendo la microempresa “Plántulas Margoth”, nueva en el sector los precios por plántulas son muy similares a la oferta del mercado, la manera de satisfacer en el costo de nuestro producto es que, para compras superiores de 500 plántulas, la entrega será a Domicilio por el mismo precio.

3.4.1.3. Comodidad al cliente

Al proveer plántulas sanas y de calidad a buen precio que incluye la entrega a domicilio, se pretende que el horticultor se sienta más cómodo

adquiriendo nuestro producto, de esta forma el horticultor no se preocuparía de movilizarse a comprar las plántulas y estas se estresen por el viaje y disminuya su prendimiento al momento de ser trasplantada.

3.4.1.4. Comunicación

La comunicación dentro de microempresa “Plántulas Margoth”, será mediante reuniones semanales en donde cada departamento expondrá la situación suscitada durante la semana anterior, así también se expondrá las metas y cronogramas a cumplir durante la semana.

Por otra parte, la comunicación con el cliente y la microempresa será de forma claro y preciso logrando llamar la atención e interés de nuestro producto, con esto logrando satisfacer las dudas acerca de nuestro servicio. También se pretende conseguir una retroalimentación a través de las redes sociales y también lograr un rápido posicionamiento.

3.5. Estrategia funcional

En este punto se trata de definir las funciones que cumple cada área de trabajo o departamentos de la microempresa “Plántulas Margoth”, estas estrategias nos ayudaran a realizar con éxito la ejecución de las estrategias globales de la empresa.

En el departamento administrativo, cumplirá con las funciones organizaciones de planificación, coordinación y monitoreo, para lograr un adecuado manejo de la microempresa logrando las metas planteadas.

Mientras que en departamento de ventas y producción estará a cargo de un Ing. Agrónomo quien será responsable de cuidado y protección de las plántulas hortícolas para la venta y entrega a los horticultores. Así también es la persona encarga en receptor los pedidos y visitar a los horticultores para captar nuevos clientes.

En el departamento financiero será el encargado de maximizar el presupuesto para todos los gastos en compra de plántulas, insumos y

bandejas, mediante los inventarios de entrada y salidas productos. Además, este departamento presentara los balances y los indicadores de las actividades de endeudamiento y rentabilidad de la microempresa de manera periódica.

3.6. Estrategias de amplia diferenciación

Como se ha mencionado las plántulas hortícolas son limpias procedentes de semillas de alta calidad, pero solo es una parte de la diferenciación de nuestro producto ya que una diferenciación mayor está en la forma de entrega de las plántulas que van estar en bandejas de germinación, logrando así menos exposición de la raíz a luz del sol y evitando de esta forma un estrés de las plantillas al momento del trasplante.

3.7. Estrategias de enfoque de nicho de mercado basado en la diferenciación

El proyecto pretende la comercialización de plántulas hortícolas a horticultores de la parroquia de Alangasí y sus alrededores, con la idea de que las plántulas serán entregadas en bandejas de germinación (a préstamo), para evitar el estrés al momento del trasplante, además de que se entregarán las plántulas a domicilio. Estas estrategias nos diferencian de los competidores ya simplemente las plántulas son entregadas en fundas plásticas o de cartón sin ninguna protección.

Capítulo 4: Viabilidad Económica

4.1. Demanda Actual del Mercado

Tabla 45

Cantidad demanda de plántulas actual del mercado

Variedades de hortalizas	Nº de plantas por ciclo de siembra	Nº de siembras anuales promedio	Demanda anual
Tomate riñón	176.662	1,13	199.628
Lechuga crespa verde, crespa roja	109.038	1,92	209.353
Lechuga repollo y romana	54.810	1,78	97.562
Apio	79.023	1,30	102.730
Perejil	76.400	1,27	97.028
Brócoli	9.954	0,59	5.873
Tomate cherry	49.215	0,92	45.278
Fresa	54.159	0,69	37.370
TOTAL	609.261		794.821

Nota: Elaborado por la autora (2020).

La demanda actual del mercado es de 794.821 plántulas hortícolas al año, teniendo que la hortaliza más demandada es la lechuga crespa tanto la variedad de hoja verde y hoja roja con 209.628 plántulas al año y segunda variedad es el tomate riñón con 199.628 plántulas al año.

4.2. Crecimiento de la demanda

Tabla 46*Crecimiento de la demanda*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Demanda Tomate Riñón	130.517,00	135.398,00	140.462,00	145.715,00	151.165,00
Demanda Lechuga Crespa	136.875,00	141.994,00	147.305,00	152.814,00	158.529,00
Demanda Lechuga Repollo	63.786,00	66.171,00	68.646,00	71.214,00	73.877,00
Demanda Apio	67.165,00	69.677,00	72.283,00	74.986,00	77.791,00
Demanda Perejil	63.437,00	65.809,00	68.271,00	70.824,00	73.473,00
Demanda Brócoli	3.840,00	3.983,00	4.132,00	4.287,00	4.447,00
Demanda Tomate Cherry	29.603,00	30.710,00	31.858,00	33.050,00	34.286,00
Demanda Fresas	24.432,00	25.346,00	26.294,00	27.277,00	28.298,00
Total Plántulas	519.654,00	539.089,00	559.251,00	580.167,00	601.865,00

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Para el cálculo de la cantidad demanda proyectada se realiza en base a la tasa de crecimiento poblacional de la Parroquia de Alangasí de 3.74% según datos tomados del INEC del último censo poblacional para los períodos comprendidos del 2001 al 2010.

4.3. Balance Inicial

Tabla 47

Balance Inicial

ACTIVO		<u>PASIVO</u>	
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	\$ 4.683,74	Obligaciones con Inst. Financieras	\$ 5.360,24
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 4.683,74	TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 5.360,24
<u>ACTIVOS FIJOS</u>		<u>PATRIMONIO</u>	
TERRENO	\$ 28.000,00	CAPITAL SOCIAL	\$ 32.500,00
INVERNADERO	\$ 1.400,00	UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ -
BODEGA	\$ 700,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 32.500,00
OFICINA	\$ 1.200,00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 852,50		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 404,00		
EQ. DE COMPUTACION	\$ 620,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 33.176,50		
<u>INTANGIBLES</u>			
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 37.860,24	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 37.860,24

Nota: Elaborado por la autora (2020).

4.4. Balance de gastos

Tabla 48

Balance de Gastos

Detalles	Mensual	Anual
Luz Eléctrica	\$20,00	\$240,00
Teléfono	\$8,00	\$96,00
Internet	\$30,00	\$360,00
Agua Potable	\$30,00	\$360,00
Útiles de oficina	\$20,88	\$250,50
Útiles de limpieza	\$40,00	\$40,00
Mantenimiento vehículos	\$175,00	\$2.100,00
Total	\$148,88	\$1.346,50

Nota: Elaborado por la autora (2020).

4.5. Pronóstico de ventas

Tabla 49

Pronóstico de ventas cantidades

Variedades de hortalizas	N° de plantas por ciclo de siembra	N° de siembras anuales promedio	Demanda anual	Ventas según intención de compra
Tomate riñón	176.662	1,13	199.628	130.516
Lechuga crespa verde, crespa roja	109.038	1,92	209.353	136.874
Lechuga repollo y romana	54.810	1,78	97.562	63.785
Apio	79.023	1,30	102.730	67.164
Perejil	76.400	1,27	97.028	63.436
Brócoli	9.954	0,59	5.873	3.839
Tomate cherry	49.215	0,92	45.278	29.602
Fresa	54.159	0,69	37.370	24.432
TOTAL	609.261		794.821	519.654

Nota: Elaborado por la autora (2020).

DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
794.821	198.705	596.116

Nota: Elaborado por la autora (2020).

De la demanda insatisfecha calculada la microempresa Margoth abastecerá el 87.17% que corresponde a 519.654 plántulas anuales según la capacidad instalada.

Tabla 50

Incremento de ventas

Incremento volumen ventas	3,74%	ANUAL
Inflación	0,12%	

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA TOMATE RIÑÓN	130.517	135.398	140.462	145.715	151.165
PRECIO	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10
TOTAL INGRESOS TOMATE RIÑÓN	\$ 13.051,68	\$ 13.556,06	\$ 14.079,94	\$ 14.624,05	\$ 15.189,20
DEMANDA LECHUGA CRESPA	136.875	141.994	147.305	152.814	158.529
PRECIO	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04
TOTAL INGRESOS LECHUGA CRESPA	\$ 5.475,00	\$ 5.686,58	\$ 5.906,34	\$ 6.134,59	\$ 6.371,66
DEMANDA LECHUGA REPOLLO	63.786	66.171	68.646	71.214	73.877

PRECIO	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04
TOTAL INGRESOS LECHUGA REPOLLO	\$	2.551,44	\$	2.650,04	\$	2.752,45	\$	2.858,81	\$	2.969,29
DEMANDA APIO		67.165		69.677		72.283		74.986		77.791
PRECIO	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04
TOTAL INGRESOS APIO	\$	2.686,59	\$	2.790,42	\$	2.898,25	\$	3.010,25	\$	3.126,58
DEMANDA PEREJIL		63.437		65.809		68.271		70.824		73.473
PRECIO	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04
TOTAL INGRESOS PEREJIL	\$	2.537,48	\$	2.635,54	\$	2.737,39	\$	2.843,17	\$	2.953,05
DEMANDA BRÓCOLI		3.840		3.983		4.132		4.287		4.447
PRECIO	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04
TOTAL INGRESOS BRÓCOLI	\$	153,59	\$	159,52	\$	165,69	\$	172,09	\$	178,74
DEMANDA TOMATE CHERRY		29.603		30.710		31.858		33.050		34.286
PRECIO	\$	0,08	\$	0,08	\$	0,08	\$	0,08	\$	0,08
TOTAL INGRESOS TOMATE CHERRY	\$	2.368,21	\$	2.459,73	\$	2.554,79	\$	2.653,51	\$	2.756,06
DEMANDA FRESAS		24.432		25.346		26.294		27.277		28.298
PRECIO	\$	0,15	\$	0,15	\$	0,15	\$	0,15	\$	0,15
TOTAL INGRESOS FRESAS	\$	3.664,85	\$	3.806,48	\$	3.953,58	\$	4.106,36	\$	4.265,05
TOTAL INGRESOS	\$	32.488,83	\$	33.744,36	\$	35.048,40	\$	36.402,85	\$	37.809,63

Nota: Elaborado por la autora (2020).

4.6. Punto de Equilibrio

Tabla 51

Punto de Equilibrio

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen plántulas	519.654	539.089	559.251	580.167	601.865
Ventas	\$ 32.488,83	\$ 33.744,36	\$ 35.048,40	\$ 36.402,85	\$ 37.809,63
Costos fijos totales	\$ 15.019,02	\$ 15.037,04	\$ 15.055,08	\$ 15.073,15	\$ 15.091,24
Costos variables totales	\$ 14.041,08	\$ 14.057,93	\$ 14.074,80	\$ 14.091,69	\$ 14.108,60
Costo variable unitario	\$ 0,0270	\$ 0,0271	\$ 0,0271	\$ 0,0271	\$ 0,0271
Precio de venta unitario	\$ 0,5300	\$ 0,5306	\$ 0,5313	\$ 0,5319	\$ 0,5325
Punto de equilibrio volumen plántulas	29.860	29.860	29.860	29.860	29.860
Punto de equilibrio dólares \$	15.825,84	15.844,83	15.863,84	15.882,88	15.901,94

Nota: Elaborado por la autora (2020).

El punto de equilibrio en unidades es 29.860 plántulas, mientras que el punto de equilibrio en dólares es 15.825,84 usd para el año 1, estos valores no deben ser menores para no tener pérdidas económicas

4.7. Índices financieros

Tabla 52

Estado de Resultados proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) INGRESOS VENTAS	\$ 32.488,83	\$ 33.744,36	\$ 35.048,40	\$ 36.402,85	\$ 37.809,63
(-) EGRESOS					
(-) Costo de ventas	\$ 11.581,08	\$ 11.594,98	\$ 11.608,89	\$ 11.622,82	\$ 11.636,77
UTILIDAD BRUTA	20.907,75	22.149,38	23.439,51	24.780,02	26.172,86
(-) Sueldos	\$ 6.383,20	\$ 6.390,86	\$ 6.398,53	\$ 6.406,21	\$ 6.413,89
(-) Depreciación	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32
(-) Gastos generales de administración	\$ 10.528,50	\$ 10.541,13	\$ 10.553,78	\$ 10.566,45	\$ 10.579,13
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 3.428,73	\$ 4.650,07	\$ 5.919,88	\$ 7.240,05	\$ 8.612,52
(-) Gastos financieros	\$ 648,95	\$ 536,64	\$ 408,85	\$ 263,43	\$ 97,96
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.779,79	\$ 4.113,43	\$ 5.511,03	\$ 6.976,62	\$ 8.514,56

(-)Impuestos Renta Microempresa 2%	\$	649,78	\$	674,89	\$	700,97	\$	728,06	\$	756,19
(=) UTILIDAD NETA	\$	2.130,01	\$	3.438,54	\$	4.810,06	\$	6.248,56	\$	7.758,37

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Tabla 53

Estado de Flujo de efectivo proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	\$-9.860,24					
(+) INGRESOS VENTAS		\$ 32.488,83	\$ 33.744,36	\$ 35.048,40	\$ 36.402,85	\$ 37.809,63
(-) EGRESOS						
(-) Costo de ventas		\$ 11.581,08	\$ 11.594,98	\$ 11.608,89	\$ 11.622,82	\$ 11.636,77
UTILIDAD BRUTA		20.907,75	22.149,38	23.439,51	24.780,02	26.172,86
(-) Sueldos		\$ 6.383,20	\$ 6.390,86	\$ 6.398,53	\$ 6.406,21	\$ 6.413,89
(-) Depreciación		\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32
(-) Gastos generales de administración		\$ 10.528,50	\$ 10.541,13	\$ 10.553,78	\$ 10.566,45	\$ 10.579,13
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 3.428,73	\$ 4.650,07	\$ 5.919,88	\$ 7.240,05	\$ 8.612,52
(-) Gastos financieros		\$ 648,95	\$ 536,64	\$ 408,85	\$ 263,43	\$ 97,96
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 2.779,79	\$ 4.113,43	\$ 5.511,03	\$ 6.976,62	\$ 8.514,56

Impuestos Renta Microempresa 2%	\$ 649,78	\$ 674,89	\$ 700,97	\$ 728,06	\$ 756,19
(=) UTILIDAD NETA	\$ 2.130,01	\$ 3.438,54	\$ 4.810,06	\$ 6.248,56	\$ 7.758,37
(+) Depreciación	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32
(-) Amortización de capital	\$ 814,27	\$ 926,57	\$ 1.054,36	\$ 1.199,78	\$ 1.365,26
(=) Flujo de Caja	\$ -9.860,24	\$ 1.883,06	\$ 3.079,28	\$ 5.616,10	\$ 6.960,43

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Tabla 54

Estado de situación financiera

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Efectivo y equivalentes	\$ 4.683,74	\$ 6.566,80	\$ 9.646,09	\$ 13.969,10	\$ 19.585,20	\$ 26.545,63
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 4.683,74	\$ 6.566,80	\$ 9.646,09	\$ 13.969,10	\$ 19.585,20	\$ 26.545,63
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
Terrenos	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00
Invernadero	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Bodega	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Maquinaria y equipo	\$ 852,50	\$ 852,50	\$ 852,50	\$ 852,50	\$ 852,50	\$ 852,50
Muebles y enseres	\$ 404,00	\$ 404,00	\$ 404,00	\$ 404,00	\$ 404,00	\$ 404,00
Eq. De computación	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00
(-) Depreciación acumulada	\$ 0	\$ 567,32	\$ 1.134,64	\$ 1.701,95	\$ 2.269,27	\$ 2.836,59

TOTAL ACTIVO FIJO INTANGIBLES	\$33.176,50	\$32.609,18	\$32.041,86	\$31.474,55	\$30.907,23	\$30.339,91
TOTAL DE ACTIVOS	\$37.860,24	\$39.175,99	\$41.687,95	\$45.443,65	\$50.492,43	\$56.885,54
<u>PASIVO</u>						
<u>PASIVO CORRIENTE</u>						
Impuesto a la renta por pagar	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>						
Obligaciones con Inst. Financieras	\$5.360,24	\$4.545,98	\$3.619,40	\$2.565,04	\$1.365,26	-
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$5.360,24	\$4.545,98	\$3.619,40	\$2.565,04	\$1.365,26	-
TOTAL PASIVOS	\$5.360,24	\$4.545,98	\$3.619,40	\$2.565,04	\$1.365,26	-
<u>PATRIMONIO</u>						
Capital social	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00
Utilidades retenidas	\$0	\$2.130,01	\$ 5.568,55	\$10.378,61	\$16.627,17	\$24.385,54
TOTAL PATRIMONIO	\$32.500,00	\$34.630,01	\$ 38.068,55	\$42.878,61	\$49.127,17	\$56.885,54
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$37.860,24	\$39.175,99	\$41.687,95	\$45.443,65	\$50.492,43	\$56.885,54

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Tabla 55*Índices financieros*

INDICADOR	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón de endeudamiento	$(\text{pasivo total}/\text{activo total}) * 100$	14%	12%	9%	6%	3%
Rentabilidad sobre ventas	$(\text{utilidad neta}/\text{ventas netas}) * 100$	7%	10%	14%	17%	21%
ROE	$(\text{utilidad neta}/\text{total patrimonio}) * 100$	6%	9%	11%	13%	14%
ROA	$(\text{utilidad neta}/\text{activo total}) * 100$	6%	9%	12%	14%	15%

Nota: Elaborado por la autora (2020).

4.7.1. Razón de Endeudamiento

Los valores adecuados para la razón de endeudamiento van del 40% al 60%, La microempresa Margoth obtiene un índice menor al 40% en cada uno de los años proyectados lo cual significa que tiene un nivel de recursos propios muy elevado. En el primer año la microempresa financia el 14% de su actividad con recursos ajenos y este valor va disminuyendo los siguientes años ya no que no se acceden a nuevos préstamos de instituciones financieras.

4.7.2. Rentabilidad sobre ventas

Esta razón indica el porcentaje de la utilidad neta que una empresa gana o pierde por cada dólar que vende.

La microempresa en el primer año por cada dólar de ventas obtiene un margen del 7%, es decir 0.07 centavos de utilidad por cada dólar llegando al 21% hasta el año 5 proyectado.

4.7.3. ROE

Es un índice financiero que usa para medir el rendimiento del capital de una empresa.

En nuestro estudio hemos obtenido en el primer año un ROE de 6% el valor indica que se ganará 0.06 centavos por cada dólar de inversión, esa es la rentabilidad en función de los recursos propios.

En el año 5 se alcanza una rentabilidad de 14 %, va en aumento cada año debido a que la utilidad neta va incrementando.

4.7.4. ROA

Esta ratio indica la rentabilidad de los activos de la empresa. Los activos de la microempresa Margoth generan un beneficio del 6% en el primer año y éste va aumentando debido a que se están usando eficientemente los activos.

4.8. Análisis de Sensibilidad

Tabla 56

Estado de Flujo de Efectivo Escenario Normal

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	\$-9.860,24					
(+) INGRESOS VENTAS		\$ 32.488,83	\$ 33.744,36	\$ 35.048,40	\$ 36.402,85	\$ 37.809,63
(-) EGRESOS						
(-) Costo de ventas		\$ 11.581,08	\$ 11.594,98	\$ 11.608,89	\$ 11.622,82	\$ 11.636,77
UTILIDAD BRUTA		20.907,75	22.149,38	23.439,51	24.780,02	26.172,86
(-) Sueldos		\$ 6.383,20	\$ 6.390,86	\$ 6.398,53	\$ 6.406,21	\$ 6.413,89
(-) Depreciación		\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32
(-) Gastos generales de administración		\$ 10.528,50	\$ 10.541,13	\$ 10.553,78	\$ 10.566,45	\$ 10.579,13
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 3.428,73	\$ 4.650,07	\$ 5.919,88	\$ 7.240,05	\$ 8.612,52
(-) Gastos financieros		\$ 648,95	\$ 536,64	\$ 408,85	\$ 263,43	\$ 97,96
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 2.779,79	\$ 4.113,43	\$ 5.511,03	\$ 6.976,62	\$ 8.514,56
Impuestos Renta Microempresa 2%		\$ 649,78	\$ 674,89	\$ 700,97	\$ 728,06	\$ 756,19
(=) UTILIDAD NETA		\$ 2.130,01	\$ 3.438,54	\$ 4.810,06	\$ 6.248,56	\$ 7.758,37
(+) Depreciación		\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32
(-) Amortización de capital		\$ 814,27	\$ 926,57	\$ 1.054,36	\$ 1.199,78	\$ 1.365,26
(=) Flujo de Caja	\$ -9.860,24	\$ 1.883,06	\$ 3.079,28	\$ 4.323,02	\$ 5.616,10	\$ 6.960,43

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

TMAR= Tasa de interés del préstamo +Tasa de inflación

TMAR= 12,99 % + 0,12 %

TMAR= 13.11%

VAN = \$ 4.389,32

TIR= 27%

Para el análisis de sensibilidad en un escenario normal el VAN es 4.389,32 usd, con un TIR del 27 % que cubre al TMAR que es de 13,11 %

Bajo este escenario el VAN obtenido es mayor a cero por lo tanto el proyecto es viable, y la TIR es del 27% que es el porcentaje que se va a obtener del dinero invertido, es mayor a la TMAR por lo tanto el proyecto es aceptable.

Tabla 57

Recuperación de la Inversión

AÑO	INVERSION INICIAL	FLUJO EFECTIVO	DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN
0	-9860,24		
1		1.883,06	-7977,19
2		3.079,28	-4897,90
3		4.323,02	-574,89
4		5.616,10	5041,21
5		6.960,43	

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Al realizar el cálculo de PRI (Periodo de Recuperación de la inversión) podemos observar que la inversión inicial se recuperara al tercer año ya que este año superamos los ingresos a la inversión inicial, al realizar los siguientes cálculos del Período De Recuperación es igual Costo No Recuperado dividido para Flujo de Efectivo del Año nos como resultado 3,10 lo cual lo transformamos y nos indica que la inversión se recupera al tercer año con un mes y siete días.

Tabla 58

Cálculo de Costo Promedio Ponderado de Capital CPPC

Descripción	Valor	% de participación	Costo de financiamiento	CPPC O WACC
Capital propio	\$4.500,00	46%	8%	3,73%
Crédito requerido	\$5.360,24	54%	12,99%	7,06%
TOTAL	\$9.860,24	100%		10,79%

Nota: Elaborado por la autora (2020).

El CPPC es la tasa promedio de las fuentes de financiamiento, el costo de financiamiento del capital propio es del 8% según la fórmula del WACC mientras que el costo de financiamiento del crédito es la tasa de interés. El costo promedio de ambas fuentes de financiamiento es del 10.79%

Tabla 59

Costo financiamiento capital propio

RF= Riesgo financiero	
B= Beta	0.87
RM= Riesgo de Mercado	
RP= Riesgo país	
Riesgo financiero	2%
Riesgo de mercado	4.95%
Riesgo país	3.60%

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Tabla 60*Pronóstico de Ventas escenario optimista*

INCREMENTO VENTAS	5,74%	ANUAL				
INFLACIÓN	0,12%					
INGRESOS	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5
DEMANDA TOMATE RIÑÓN		138.008	145.930	154.307	163.164	172.529
PRECIO		\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10
TOTAL INGRESOS TOMATE RIÑÓN		\$13.800,85	\$14.610,53	\$15.467,71	\$16.375,19	\$17.335,90
DEMANDA LECHUGA CRESPA		144.732	153.039	161.824	171.112	180.934
PRECIO		\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04
TOTAL INGRESOS LECHUGA CRESPA		\$ 5.789,26	\$ 6.128,91	\$ 6.488,49	\$ 6.869,16	\$ 7.272,17
DEMANDA LECHUGA REPOLLO		67.447	71.318	75.412	79.741	84.318
PRECIO		\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04
TOTAL INGRESOS LECHUGA REPOLLO		\$ 2.697,89	\$ 2.856,17	\$ 3.023,74	\$ 3.201,14	\$ 3.388,95
DEMANDA APIO		71.020	75.097	79.407	83.965	88.785
PRECIO		\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04
TOTAL INGRESOS APIO		\$ 2.840,80	\$ 3.007,47	\$ 3.183,91	\$ 3.370,71	\$ 3.568,47
DEMANDA PEREJIL		67.078	70.928	75.000	79.305	83.857
PRECIO		\$0,04	\$0,04	\$0,04	\$0,04	\$0,04
TOTAL INGRESOS PEREJIL		\$2.683,13	\$2.840,54	\$3.007,19	\$3.183,62	\$3.370,40

DEMANDA BRÓCOLI	4.060	4.293	4.540	4.800	5.076
PRECIO	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04
TOTAL INGRESOS BRÓCOLI	\$ 162,40	\$ 171,93	\$ 182,02	\$ 192,70	\$ 204,00
DEMANDA TOMATE CHERRY	31.301	33.099	34.998	37.007	39.132
PRECIO	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08
TOTAL INGRESOS TOMATE CHERRY	\$ 2.504,15	\$ 2.651,06	\$ 2.806,60	\$ 2.971,26	\$ 3.145,58
DEMANDA FRESAS	25.834	27.318	28.886	30.544	32.297
PRECIO	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15
TOTAL INGRESOS FRESAS	\$ 3.875,21	\$ 4.102,56	\$ 4.343,26	\$ 4.598,07	\$ 4.867,83
TOTAL INGRESOS	\$ 34.353,69	\$ 36.369,18	\$ 38.502,92	\$ 40.761,84	\$ 43.153,30

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Tabla 61*Flujo de efectivo escenario optimista*

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	\$ -9.860,24					
(+) INGRESOS VENTAS	\$ 34.353,69	\$ 36.369,18	\$ 38.502,92	\$ 40.761,84	\$ 43.153,30	
(-) EGRESOS						
(-) Costo de ventas	\$ 11.581,08	\$ 11.594,98	\$ 11.608,89	\$ 11.622,82	\$ 11.636,77	
UTILIDAD BRUTA	22.772,61	24.774,20	26.894,03	29.139,02	31.516,53	
(-) Sueldos	\$ 6.383,20	\$ 6.390,86	\$ 6.398,53	\$ 6.406,21	\$ 6.413,89	
(-) Depreciación	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	
(-) Gastos generales de administración	\$ 10.528,50	\$ 10.541,13	\$ 10.553,78	\$ 10.566,45	\$ 10.579,13	
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 5.293,59	\$ 7.274,89	\$ 9.374,40	\$ 11.599,05	\$ 13.956,19	
(-) Gastos financieros	\$ 648,95	\$ 536,64	\$ 408,85	\$ 263,43	\$ 97,96	
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 4.644,65	\$ 6.738,25	\$ 8.965,55	\$ 11.335,62	\$ 13.858,23	
Impuestos Renta Microempresa 2%	\$ 687,07	\$ 727,38	\$ 770,06	\$ 815,24	\$ 863,07	
(=) UTILIDAD NETA	\$ 3.957,57	\$ 6.010,87	\$ 8.195,49	\$ 10.520,38	\$ 12.995,16	
(+) Depreciación	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	
(-) Amortización de capital	\$ 814,27	\$ 926,57	\$ 1.054,36	\$ 1.199,78	\$ 1.365,26	
(=)Flujo de Caja	\$ -9.860,24	\$ 3.710,62	\$ 5.651,61	\$ 7.708,44	\$ 9.887,91	\$ 12.197,22

Nota: Elaborado por la autora (2020).

En el escenario optimista suponemos un incremento de las ventas del 2% debido a la campaña publicitaria. Con lo que se obtuvo un VAN de 15.793,42 usd y un TIR del 55%, que supera al TMAR por lo que el proyecto sigue siendo rentable.

Tabla 62*Pronóstico de Ventas escenario pesimista*

	INCREMENTO VENTAS	1,74%	ANUAL			
	INFLACIÓN	0,12%				
INGRESOS	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5
DEMANDA TOMATE RIÑÓN		128.246	130.477	132.748	135.057	137.407
PRECIO	\$	0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10
TOTAL INGRESOS TOMATE RIÑÓN		\$12.824,58	\$13.063,39	\$13.306,64	\$13.554,42	\$13.806,82
DEMANDA LECHUGA CRESPA		134.604	136.946	139.329	141.753	144.220
PRECIO	\$	0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04
TOTAL INGRESOS LECHUGA CRESPA		\$ 5.384,16	\$ 5.484,42	\$ 5.586,54	\$ 5.690,57	\$ 5.796,53
DEMANDA LECHUGA REPOLLO		61.515	62.585	63.674	64.782	65.909
PRECIO	\$	0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04
TOTAL INGRESOS LECHUGA REPOLLO		\$ 2.460,60	\$ 2.506,41	\$ 2.553,09	\$ 2.600,63	\$ 2.649,05
DEMANDA APIO		64.894	66.023	67.172	68.341	69.530
PRECIO	\$	0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04
TOTAL INGRESOS APIO		\$ 2.595,75	\$ 2.644,09	\$ 2.693,32	\$ 2.743,48	\$ 2.794,56
DEMANDA PEREJIL		61.165	62.230	63.313	64.415	65.535
PRECIO		0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04
TOTAL INGRESOS PEREJIL		\$2.446,64	\$2.492,20	\$2.538,60	\$2.585,87	\$2.634,02
DEMANDA BRÓCOLI		1.568	1.596	1.624	1.652	1.681
PRECIO	\$	0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04

TOTAL INGRESOS BRÓCOLI	\$62,75	\$63,92	\$65,11	\$66,32	\$67,55
DEMANDA TOMATE CHERRY	27.331	27.807	28.291	28.783	29.284
PRECIO	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08
TOTAL INGRESOS TOMATE CHERRY	\$2.186,53	\$2.227,25	\$2.268,72	\$2.310,96	\$2.354,00
DEMANDA FRESAS	22.161	22.547	22.939	23.338	23.744
PRECIO	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15
TOTAL INGRESOS FRESAS	\$3.324,20	\$3.386,10	\$3.449,15	\$3.513,38	\$3.578,80
TOTAL INGRESOS	\$ 31.285,20	\$ 31.867,76	\$ 32.461,17	\$ 33.065,62	\$ 33.681,33

Nota: Elaborado por la autora (2020).

Tabla 63

Estado de Flujo de Efectivo escenario pesimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	\$ -9.860,24					
(+) INGRESOS VENTAS		\$ 31.285,20	\$ 31.867,76	\$ 32.461,17	\$ 33.065,62	\$ 33.681,33
(-) EGRESOS						
(-) Costo de ventas		\$ 11.581,08	\$ 11.594,98	\$ 11.608,89	\$ 11.622,82	\$ 11.636,77
UTILIDAD BRUTA		19.704,12	20.272,78	20.852,28	21.442,80	22.044,56
(-) Sueldos		\$ 6.383,20	\$ 6.390,86	\$ 6.398,53	\$ 6.406,21	\$ 6.413,89
(-) Depreciación		\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32
(-) Gastos generales de administración		\$ 10.528,50	\$ 10.541,13	\$ 10.553,78	\$ 10.566,45	\$ 10.579,13
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 2.225,11	\$ 2.773,47	\$ 3.332,65	\$ 3.902,83	\$ 4.484,23
(-) Gastos financieros		\$ 648,95	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 1.576,16	\$ 2.773,47	\$ 3.332,65	\$ 3.902,83	\$ 4.484,23
Impuestos Renta Microempresa 2%		\$ 625,70	\$ 637,36	\$ 649,22	\$ 661,31	\$ 673,63
(=)UTILIDAD NETA		\$ 950,46	\$ 2.136,12	\$ 2.683,42	\$ 3.241,52	\$ 3.810,60
(+) Depreciación		\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32	\$ 567,32
(-) Amortización de capital		\$ 814,27	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=)Flujo de Caja	\$ -9.860,24	\$ 703,50	\$ 2.703,44	\$ 3.250,74	\$ 3.808,83	\$ 4.377,92

Nota: Elaborado por la autora (2020)

En el escenario pesimista suponemos que las ventas bajan en 2% debido a la presencia de nuevos competidores, obtenemos un VAN negativo de -187,27 usd y una TIR del 12 % lo que significa que el proyecto ya no es viable. La TIR es menor a la TMAR por lo tanto ya no es rentable el proyecto.

CONCLUSIONES

Al finalizar los 4 capítulos del proyecto de inversión que constituyen el análisis del entorno, el diagnóstico interno de la empresa, el estudio de mercado, plan de marketing y el estudio financiero, se refleja que el proyecto creación de una microempresa de comercialización de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí, es factible y rentable.

El estudio mercado, nos muestra que existe una buena acogida de nuestro producto por parte de los horticultores de la parroquia de Alangasí, ya que una de nuestras estrategias es la entrega a domicilio del cual el 100 % de los encuestados, se encuentra de acuerdo que compraría nuestras plántulas se la entrega es a domicilio. Cabe mencionar que el 65, 38 % de las personas que no compran plántulas se encuentran dispuestos a comprar nuestros productos, esto se determinó mediante la encuesta realizada y el estudio de mercado que existe una demanda potencial del producto en tanto en un entorno optimo como desfavorable.

La mejor estructura administrativa de la microempresa comercializadora de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí está conformada por un socio, un gerente general y la contratación de personal externo para el área contable, ventas y productiva.

Para la realización de la evaluación financiera que se encuentra dentro del capítulo 4, se obtuvieron resultados claves para demostrar la factibilidad del proyecto. De esta manera tenemos la TMAR, la TIR y el VAN se los calculo en tres diferentes escenarios que son el normal, el optimista y el pesimista obteniendo los siguientes resultados que la TIR siempre superó al TMAR en el escenario normal y optimista, lo cual ya nos demuestra que el proyecto es rentable, mientras que en escenario pesimista el VAN tiene valor negativo lo que nos refleja es que el proyecto ya es rentable. Al realizar el análisis del VAN en los escenarios normal y optimista este siempre fue mayor a 0, demostrándonos que el proyecto es rentable. También se demostró que el periodo de recuperación de la inversión será al año 3, con 1 mes y 7 días, demostrándonos que la rentabilidad que el proyecto refleja a

partir del tercer año. En el escenario normal para el análisis de sensibilidad en un escenario normal tenemos un VAN de 4.389,32 usd, con un TIR del 27 % que cubre al TMAR que es de 13,11 %. Bajo este escenario el VAN obtenido es mayor a cero por lo tanto el proyecto es viable, y la TIR es del 27% que es el porcentaje que se va a obtener del dinero invertido, es mayor a la TMAR por lo tanto el proyecto es aceptable.

Para los indicadores financieros que ayudan a sustentar la rentabilidad del proyecto, para la razón de endeudamiento la microempresa Margoth obtiene un índice menor al 46% en cada uno de los años proyectados lo cual significa que tiene un nivel de recursos propios es muy elevado. En el primer año la microempresa financia el 54 % de su actividad con recursos ajenos y este valor va disminuyendo los siguientes años, ya no que no se acceden a nuevos préstamos de instituciones financieras.

La rentabilidad en ventas la microempresa en el primer año por cada dólar de ventas obtiene un margen del 7%, es decir 0.07 centavos de utilidad por cada dólar llegando al 21% hasta el quinto año proyectado.

Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) en el estudio se obtuvo en el primer año un ROE del 6 % el valor indica que se ganará 0.06 centavos por cada dólar de inversión, esa es la rentabilidad en función de los recursos propios. En el año 5 se alcanza una rentabilidad de 14 %, va disminuyendo cada año debido a que se va acumulando la utilidad de cada ejercicio.

Para la rentabilidad sobre activos (ROA) de la microempresa Margoth generan un beneficio del 6 % en el primer año y éste aumentando debido a que están usando eficientemente los activos para lo cual se deberán implementar acciones.

El punto de equilibrio en unidades es de 29.860 plántulas, mientras que el punto de equilibrio en dólares es 15.825,84 usd para el año 1.

RECOMENDACIONES

Al conocer los diferentes análisis en el proyecto se recomienda realizar un diagnóstico al primer año de funcionamiento para detectar si ha cumplido o no con las metas propuestas en el estudio de factibilidad y realizar medidas correctivas para óptimo funcionamiento de la microempresa Margoth a través del tiempo.

Como se demostró en el estudio de mercado, los horticultores se encuentran con un gran interés en nuestros productos, por la calidad ofrecida de las plántulas así también por las estrategias de marketing como es la entrega a domicilio. Para respaldar la calidad de las plántulas se debe tener muy en cuenta los parámetros técnicos y estándares de sanidad de las plántulas, para lo cual se deberá contar con los servicios de un profesional el área agrícola con vasta experiencia en la producción y comercialización de plántulas hortícolas

Se recomienda acoger normativas ambientales como la ISO 14001, que nos ayudaran a obtener una patente ambiental de funcionamiento, esto con la finalidad de brindar un mejor servicio a mayor seguridad a nuestros clientes, además para abrir nuevos nichos de mercado en sector orgánico.

En la parroquia de Alangasí, como se pudo evidenciar la actividad agrícola, cada vez es más reducida por que se recomienda ampliar el estudio de mercado a parroquias aledañas como son la Parroquia de Pintag, Pifo, Yaruquí y al cantón vecino Rumiñahui.

REFERENCIAS O BIBLIOGRAFÍA

- Ayala, E. (2010). “*Estudio de factibilidad de un vivero*” Ibarra. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/875/1/02%20ICA%20103%20TESIS.pdf>
- Bacópulos, E. (2001). “*Apuntes del curso de Olericultura*”. Recuperado el 4 de noviembre de 2020, de APUNTES DEL CURSO DE OLERICULTURA: <https://olericultura.files.wordpress.com/2014/05/guia-hort-una-a-narro.pdf>
- Bernal, C. (2010). “*Metodología de investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*” (Tercera ed.). (O. F. Palma, Ed.) Bogotá: PEARSON EDUCACIÓN.
- Borja, J. (2015). “*Introducción a la agronomía*”, Versión 1.0. (EDIMEC, Editor) Recuperado el 21 de 11 de 2020, de Introducción a la agronomía: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5221/1/Introduccion%20a%20la%20agronomia.pdf>
- Cajas, J. (2018). “*¿Hacia dónde va el Ecuador de Lenín Moreno?*” Obtenido de ¿Hacia dónde va el Ecuador de Lenín Moreno?: <https://nuso.org/articulo/hacia-donde-va-Ecuador-lenin-moreno/>
- Carretero, I. (2003). “*Lla agricultura. En técnico en agricultura*” (pág. 17). Madrid España: Cultural, S A Poligono industrial Arroyomolinos.
- Celi, E. (2020). 2020, “*El año electoral de los grandes desafíos para Ecuador.*” Obtenido de 2020, el año electoral de los grandes desafíos para Ecuador: <https://www.primicias.ec/noticias/politica/2020-duro-inicio-ano-Ecuador/>
- Cordero, M. (2019). “*Análisis de factibilidad para la crianza y comercialización de pollos orgánicos en la provincia del Guayas, cantón Samborondón*” Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13592/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-525.pdf>

- Cortés, R. (2012). *Generalidades del estudio técnico de un proyecto*. Obtenido de <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura2015/160/Generalidadesdelestudiotcnic>
- Coslado, F. (2014).). *“Valoración de Proyectos de Inversión: como contemplar el riesgo, la incertidumbre y flexibilidad operativa”*
- Cuerpo de bomberos Quito (2020) Tomado de www.bomberosquito.gob.ec
- Dirección metropolitana de servicios ciudadanos (2020) Tomado de: <https://pam.quito.gob.ec/PAM/pdfs/Aprende/luae%20en%20linea.pdf>
- FAO. (2004). *“La horticultura y la fruticultura en el Ecuador”*(FAO, Editor) Recuperado el 12 de 11 de 2020, de LA HORTICULTURA Y LA FRUTICULTURA EN EL ECUADOR: http://www.fao.org/ag/agn/pfl_report_en/_annexes/Annex4/Ecuador/Importancereport.doc
- FAO (2011). *“Producción de hortalizas”*. Recuperado el 5 de noviembre de 2020, de producción de hortalizas: <http://www.fao.org/3/a-as972s.pdf>
- Flores, J. (2018). *“Microempresa” Derecho Ecuador*. Obtenido de <https://www.derechoEcuador.com/microempresa#:~:text=Se%20define%20como%20micro%20empresa,concepto%20que%20conocemos%20como%20pymes>
- Gardey, A. (2019). *“Definición de hortalizas”* Recuperado el 5 de noviembre de 2020, de <https://definicion.de/hortalizas/>
- Geoffrey, R. (2003). *“Principios de Marketing”*.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito (2020) Tomado de Registro de Actividades Económicas Tributarias – RAET https://www.quito.gob.ec/documents/Portal_tributario/Guia_patentes_1.5xmil.pdf

- Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito (2020)
Tomado de
https://www.quito.gob.ec/documents/Portal_tributario/Normativa/patente/ORDM-339-IMPUESTO_DE_PATENTES_MUNICIPALES_Y_METROPOLITANAS.pdf
- Gómez, D. (2011). *“Plántulas de invernadero”*. Tegucigalpa: PYMERURAL.
- Haz, V. (2020). *El telegrafo*. Recuperado el 2 de diciembre de 2020, de decrecimiento-economia-Ecuador:
<https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/fmi-decrecimiento-economia-Ecuador>
- INEC. (2011). *“Censo se poblacion y vivienda 2010”*. Quito: INEC.
- INEC. (2019). *“INEC, Ecuador en Cifras.”* Recuperado el 3 de diciembre de 2020, de INEC, Ecuador en Cifras.:
<https://www.Ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- INEC (2020). *“Boletín técnico Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua 2019”* (M. Julio, Editor) Recuperado el 15 de 11 de 2020, de Boletín técnico Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua 2019:
https://www.Ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2019/Boletin%20Tecnico%20ESPAC_2019.pdf
- Kotler, P. (2004). *“El Marketing de Servicios Profesionales”*. Paidós Ibérica S.A.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2014). *“Ley organica de economia popular y solidaria.”* Recuperado el 1 de noviembre de 2020, de LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA:
http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/LOTAIP_Anexos/Lit_A/lit_a2/7_ley_organica_de_economia_popular_y_solidaria.pdf
- London, K. (2012). *“Sistemas de información gerencial”* . Mexico : PEARSON EDUCACIÓN.

- Lopez, J. C. (2019). Obtenido de <https://www.conlasaludnosejuega.org/blog/?tipos-de-horticultura-y-diferencias-con-la-agricultura>
- Maguill, J. (2005). “*Microempresas y microfinanzas en Ecuador*” (A. p. América, Productor) Recuperado el 9 de Diciembre de 2020, de MICROEMPRESAS Y MICROFINANZAS EN ECUADOR: <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/MICROEMPRESAS%20Y%20MICROFINANZAS%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf>
- Malhotra, N. (2008). “*Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*” (Quinta ed.). Mexico, Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>
- Merino, M. J. (2010). “*Introducción a la Investigación de Mercados*” Madrid: ESIC.
- Meza, J. (2013). “*Evaluación financiera de proyectos*” Tercera. Recuperado el 4 de noviembre de 2020, de Evaluacion financiera de proyectos: <http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/1402/1/Evaluaci%C3%B3n%20financiera%20de%20proyectos.pdf>
- Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. (2017). “*Informe de Desarrollo Social 2007 – 2017*” Recuperado el 2 de diciembre de 2020, de Informe de Desarrollo Social 2007 - 2017: <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/06IGC2017-INFORME.pdf>
- Ministerio de Ambiente del Ecuador. (2012). “*Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental*”. Recuperado el diciembre 2 de 2020, de Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental: https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEYENDA-ECOSISTEMAS_ECUADOR_2.pdf
- Molina, E. M. (2004). “*Los beneficios de las hortalizas*”. Obtenido de Los beneficios de las hortalizas: <https://lahora.com.ec/noticia/1000236948/los-beneficios-de-las-hortalizas>

- Morales, A. (2009). *“Proyecto de Inversión, Evaluación y Formulación”* (Primera ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Parrini, E. (2020). *“Panorama político y social del Ecuador”* Recuperado el 1 de diciembre de 2020, de Panorama político y social del Ecuador: <http://www.lapalabrabierta.com/2020/08/06/panorama-politico-social-del-Ecuador/>
- PDOT. (2015). *“Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Alangasí parroquia Alangasí 2015”* Alangasi.
- Porter, M (2008). *“Las cinco fuerzas competitivas que dan la forma a la estrategia”* Recuperado el 6 de noviembre de 2020, de Las cinco fuerzas competitivas que dan la forma a la estrategia: https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf
- Ramón, P. (2019). *“Pacto Agroalimentario de Quito”*. Quito.
- Rodríguez, A. (2016). *Quito Siembra: Agricultura Urbana*. octubre: Ediecuatorial.
- Roteta. (2004). *“La importancia de hacer un estudio de mercado”*
- Sagastume, H. (2011). *“Caracterización técnica y administrativa del proceso de producción de plántulas en pilón para pequeñas y medianas empresas productoras de hortalizas en Chimaltenango, Guatemala”*. Recuperado el 6 de noviembre de 2020, de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/06/06_3165.pdf
- Sapag, N. (2008). *“Preparación y Evaluación de Proyectos”* (2 ed., Vol. Quinto). Bogota, Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A. Obtenido de <https://untdfproyectos.files.wordpress.com/2018/04/sapag-2008-preparacion-y-evaluacion-de-proyectos.pdf>
- Servicio de rentas internas (2015) Ley orgánica de regimen tributario interno-LORTI. Quito, Ciudad. Tomado de www.sri.gob.ec
- Servicio de rentas internas (2020). Tomado de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

- Servicio de rentas internas (2020). Tomado de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-profesional>
- Thompson, I. (2019). “*El Estudio de Mercado*”. Recuperado el 3 de Noviembre de 2020, de El Estudio de Mercado: <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Torres, L. (2008). “*La banca: de la usura al narcolavado*” (F. AVANZAR, Editor) Recuperado el 1 de DICIEMBRE de 2020, de LA BANCA: DE LA USURA AL NARCOLAVADO: https://dolarizacionec.files.wordpress.com/2019/03/la_banca_de_la_usura_al_narcolavado.pdf
- Ucha, F. (2013). *Horticultura*. (D. ABC, Editor) Recuperado el 1 de noviembre de 2020, de Horticultura: <https://www.definicionabc.com/general/horticultura.php>
- Valenzuela, M. (2017). *Plántula (botánica)*. Recuperado el 5 de noviembre de 2020, de Plántula (botánica): [https://www.ecured.cu/Pl%C3%A1ntula_\(bot%C3%A1nica\)#Significado](https://www.ecured.cu/Pl%C3%A1ntula_(bot%C3%A1nica)#Significado)
- Zúniga, H. C. (2000). “*Estudio de Factibilidad de Producción de Plántulas de Tomate y Repollo en Invernaderos en Siguatepeque, Honduras. Zamorano*” Honduras. Obtenido de <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/2525/1/AGN-2000-T001.pdf>



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Flores Quishpe, Paulina Margoth**, con C.C: # **172197858-1** autor/a del trabajo de titulación: **Proyecto De Factibilidad Para La Creación De Una Microempresa De Comercialización De Plántulas Hortícolas En La Parroquia De Alangasí - Provincia Pichincha** previo a la obtención del título de **Ingeniería Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 23 de febrero de 2021

f. _____

Flores Quishpe, Paulina Margoth

C.C: 172197858-1



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Proyecto De Factibilidad Para La Creación De Una Microempresa De Comercialización De Plántulas Hortícolas En La Parroquia De Alangasí - Provincia Pichincha		
AUTOR(ES)	Paulina Margoth, Flores Quishpe		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Paola Alexandra, Traverso Holguín, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica De Santiago De Guayaquil		
FACULTAD:	Ciencias Económicas Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Administración De Empresas		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniería Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	23 de Febrero de 2021	No. DE PÁGINAS:	121
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración, proyecto de factibilidad, evaluación de proyectos		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Factibilidad, Inversión, Microempresa, Plántulas Hortícolas.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente proyecto de investigación tiene como objetivo analizar la creación y factibilidad de una microempresa comercializadora de plántulas hortícolas, con miras a solucionar la problemática de escasez de plántulas hortícolas en la parroquia de Alangasí cantón Quito y sus alrededores. Para la realización del presente estudio se identificaron aspectos teóricos relevantes mediante la Investigación bibliográfica, para realizar un análisis del entorno PESTA, las 5 fuerzas de Porter, con lo que se logró determinar la situación de la producción hortícola en la parroquia, los competidores cercanos, así también las fortalezas de nuestro proyecto.</p> <p>En el estudio de mercado conto con una muestra de 173 horticultores, indicándonos que existe una alta demanda de plántulas hortícolas y que nuestro producto tiene buena acogida, ya que en una de nuestras estrategias de mercado es la entrega a domicilio de las plántulas hortícolas, llamando la atención al horticultor de adquirir nuestros productos, ya que el 65 % de los horticultores que producen sus propias plántulas hortícolas están dispuestos a cómpranos.</p> <p>En la evaluación financiera se obtuvieron los siguientes resultados el VAN fue de 4.389,32 usd, la TIR del 27 %, que cubre al TMAR de 13,11 %. Bajo este escenario el VAN obtenido es mayor a cero por lo tanto el proyecto es viable, y la TIR es del 27 %, siendo mayor al TMAR por lo tanto el proyecto es aceptable. Se observó que el periodo de recuperación de la inversión será al tercer año, con 1 mes y 7 días.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-59004181	E-mail: pauly_kroni@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Arévalo AVECILLAS, Danny Xavier		
	Teléfono: +593-991048220		
	E-mail: danny.arevalo@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			