



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE ECONOMÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE ECONOMISTA**

Tema:

**“CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES QUE
MEJOREN LOS INGRESOS DE LOS PRODUCTORES DEL RECINTO
LINDEROS DE VENECIA DEL CANTÓN MILAGRO”**

Autora:

Jenny Janeth Villalta Vizñay

TUTOR:

Ing. Ruben Paz Morales

2015

Guayaquil – Ecuador

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis padres Luis Cesar Villalta Miranda y Rosa Marina Vizñay Barrera, por su apoyo incondicional y paciencia, a mi esposo Holger Vicente Arana Villacres y a mi hija Rubí Alejandra Arana Villalta por su dedicación y su colaboración, y que siempre me acompañaron en las diferentes actividades para poder realizar el presente trabajo, a mi director de Tesis Ing. Rubén Paz por sus consejos y su tiempo.

DEDICATORIA

Dedico a Dios esta tesis, por siempre estar a mi lado siendo mi guía en todas las actividades de mi vida, por permitirme lograr mis metas y mis sueños; y a mi Familia por su cariño, apoyo e interés que han sido una gran fortaleza para cumplir mis proyectos.

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Guayaquil, Julio del 2015

ING. RUBEN PAZ MORALES

**CATEDRÁTICO DE LA CARRERA DE ECONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD LAICA
VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.**

CERTIFICO:

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas establecidas de la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, proyecto de investigación previo la obtención del Título de Economista de la República, en tal razón autorizo presentación para los fines legales pertinentes y sustentación de la misma.

ING. RUBEN PAZ MORALES

TUTOR

AUTORIA

El presente Proyecto de investigación “**CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES QUE MEJOREN LOS INGRESOS DE LOS PRODUCTORES DEL RECINTO LINDEROS DE VENECIA DEL CANTÓN MILAGRO**”; es absolutamente auténtico y personal, en tal virtud el contenido, efectos legales y académicos que se desprenden del mismo son exclusiva responsabilidad de la autora:

JENNY JANETH VILLALTA VIZÑAY

CI: 0925007676

RESUMEN

En la actualidad en el Recinto Linderos de Venecia, ubicado en el km 5 ½ de la vía a Naranjito perteneciente al Cantón Milagro, se encuentran establecidos los viveros de plantas ornamentales, y que han ingresado un gran número de productores debido a que se dedican al sector primario, que está representado en su mayoría a la actividad de siembra y reproducción de plantas ornamentales, con la mayor gama de variedades del sector, la cual ha sido la fuente de ingresos durante muchos años dado por las cualidades de los terrenos y el clima que son muy apropiados para el crecimiento de las plantas ornamentales.

Debido a las ventajas del clima y del suelo que son muy productivos en los viveros se siembran una gran variedad de plantas, que alcanzan diferentes tamaños, formas y colores muy vistosos, que embellecen cualquier ambiente, y que en la actualidad se las utilizan en las decoraciones de viviendas, urbanizaciones, avenidas, parques y diferentes lugares turísticos de todo el país.

La desventaja de estos productores, es que han sido perjudicados durante muchos años por los intermediarios, que elevan los precios de las plantas en la comercialización de las mismas, quedándose con gran parte de las ganancias, y por este motivo los productores no han podido superarse significativamente.

Esto ha llevado a los productores a tomar la decisión de integrarse y establecer un nuevo sistema de comercialización que incremente sus ingresos, como la de crear un centro de acopio, y ofrecer plantas de primera calidad, y que los proveedores son los mismos productores que complementan el gran surtido de plantas ornamentales y poder venderlas directamente a los consumidores, y poder obtener un mejor nivel de precios y un mayor margen de ganancia y tener un mejor nivel y calidad de vida, de igual manera así darse a conocer a sus potenciales consumidores para poder descartar a los intermediarios.

ABSTRACT

In currently on site Linderos de Venecia, located at kilometer 5 ½ on the road to Naranjito, belonging to Cantón Milagro, have entered a large number of intermediaries because they carry the primary sector, which is represented mostly the activity of planting and propagation of ornamental plants with the widest range of varieties of the sector which has been a source of income for many years given by qualities of the land and climate that are very suitable for growing ornamentals plants.

Due to the advantages of climate and soil are very productive in nurseries a variety of plants sown, reaching different sizes and colors very showy and embellish any environment, and that today are used in the decoration of houses, neighborhoods, avenues, parks and different tourist attractions around the country.

The disadvantage of these producers, it is that they have been harmed for years by brokers, to raise prices of plants in the marketing of the same, staying with much of the gains and that is why producers have been unable to significantly exceed.

This has led producers to take the decision to join establish a new marketing system to increase their income, such as creating a collection center and offer top quality plants and that provides are the same producers that complement the wide range of ornamental plants, and able to sell directly to consumers and obtain a better price level and a higher profit margin and have a better standard and quality of life equally well be disclosed to potential consumers to rule out the middlemen.

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....	I
DEDICATORIA.....	II
CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DEL TUTOR	III
AUTORIA	IV
RESUMEN.....	V
ABSTRACT	VI
TABLA DE CONTENIDO	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XV
ÍNDICE DE FIGURAS	XVII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
El problema a investigar.....	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Formulación del problema.....	4
1.4. Delimitación del problema.....	4
1.5. Justificación.....	5
1.6. Objetivo general de la investigación.....	6
1.7. Objetivos específicos de la investigación.....	6
1.8. Límites de la investigación.....	6
1.9. Identificación de las variables.....	6
1.10. Hipótesis.....	6
1.11. Operacionalización de las variables.....	7
1.11.1. Variable independiente.....	7
1.11.2. Variable dependiente.....	7
1.11.3. Delimitación.....	7
CAPÍTULO II	9
Fundamentación teórica.....	9
2.1. Antecedentes referentes.....	9
2.2. Marco teórico referencial.....	13

2.2.1.	<i>Administración.</i>	13
2.2.2.	<i>Importancia de la administración.</i>	13
2.2.3.	<i>Procesos administrativos.</i>	14
2.2.3.1.	<i>Planeación.</i>	14
2.2.3.1.1.	<i>El proceso de la planeación.</i>	14
2.2.3.1.2.	<i>Herramientas y técnicas de planeación.</i>	15
2.2.3.2.	<i>Organización.</i>	16
2.2.3.3.	<i>Dirección.</i>	17
2.2.3.3.1.	<i>Liderazgo.</i>	17
2.2.3.4.	<i>Control.</i>	18
2.2.4.	<i>Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter.</i>	18
2.2.4.1.	<i>Amenaza de la entrada de nuevos competidores.</i>	18
2.2.4.2.	<i>Amenaza de posibles productos o servicios sustitutos.</i>	20
2.2.4.3.	<i>Poder de negociación de los proveedores o vendedores.</i>	21
2.2.4.4.	<i>Poder de negociación de los clientes.</i>	22
2.2.4.5.	<i>Rivalidad entre competidores existentes.</i>	23
2.2.5.	<i>Canal de distribución.</i>	24
2.2.5.1.	<i>Tipos de canales de distribución.</i>	25
2.2.5.1.1.	<i>Canal de distribución directo.</i>	25
2.2.5.1.2.	<i>Canal de distribución indirecto.</i>	25
2.2.5.1.3.	<i>Canales de distribución indirectos cortos.</i>	25
2.2.5.1.4.	<i>Canales de distribución indirectos largos.</i>	25
2.2.5.2.	<i>Diferentes teorías de los canales de distribución.</i>	25
2.2.5.2.1.	<i>Funciones de los Canales de Distribución según Lamb, Hair y McDaniel.</i>	25
2.2.5.2.2.	<i>¿Por qué son necesarios los canales de distribución?</i>	26
2.2.6.	<i>Redes de comercialización.</i>	26
2.2.6.1.	<i>La red de comercialización de la fresa en Michoacán, México una mirada estructural.</i>	26
2.2.6.2.	<i>Redes de comercialización en el Ecuador.</i>	27
2.2.7.	<i>Teoría de las ventas.</i>	27
2.2.7.1.	<i>Teoría del emprendimiento según Schumpeter.</i>	28
2.3.	<i>Marco Legal.</i>	29
2.3.1.	<i>Marco institucional.</i>	29

2.3.1.1.	<i>El buen vivir en la constitución del Ecuador.</i>	29
2.3.1.2.	<i>Ministerio de relaciones laborales.</i>	30
2.3.1.2.1.	<i>Misión.</i>	30
2.3.1.2.2.	<i>Visión.</i>	30
2.3.1.2.3.	<i>Valores.</i>	31
2.3.1.3.	<i>Reforma Agraria del Ecuador.</i>	31
2.3.1.3.1.	<i>Beneficiarios.</i>	32
2.3.1.4.	<i>Políticas de Estado para el Sector Agropecuario.</i>	32
2.3.1.5.	<i>Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (MAGAP).</i>	33
2.3.1.5.1.	<i>Objetivos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.</i>	33
2.3.1.5.2.	<i>Políticas de Estado para el Sector Agropecuario.</i>	34
2.3.1.6.	<i>Agencia ecuatoriana de aseguramiento de calidad del agro (AGROCALIDAD).</i>	35
2.3.1.6.1.	<i>Control Fitosanitario en Plantas Ornamentales.</i>	36
2.4.1.	<i>Plantas ornamentales.</i>	37
2.4.1.1.	<i>Plantas de exterior.</i>	37
2.4.1.2.	<i>Plantas de interior.</i>	38
2.4.2.	<i>Principales países exportadores de plantas ornamentales.</i>	38
2.4.3.	<i>Principales países compradores de flores ecuatorianas.</i>	39
2.4.4.	<i>Principales ciudades que se producen plantas ornamentales en Ecuador.</i>	40
2.4.4.1.	<i>Quito – Parroquia Nayón.</i>	40
2.4.5.	<i>Milagro – Recinto Linderos de Venecia.</i>	41
2.4.5.1.	<i>Población del Recinto Linderos De Venecia.</i>	43
2.4.5.2.	<i>Principales variedades que se cultivan en los viveros del recinto.</i>	44
2.4.6.	<i>Oferta de plantas ornamentales en el recinto Linderos de Venecia.</i>	47
2.4.6.1.	<i>Demanda de plantas ornamentales por viveros.</i>	48
2.4.6.2.	<i>Demanda de plantas ornamentales en el recinto Linderos de Venecia.</i>	50
2.4.6.3.	<i>Posibles compradores de plantas ornamentales en el sector.</i>	51
CAPÍTULO III		52
<i>Metodología de la investigación</i>		52
3.1.	<i>Métodos de investigación.</i>	52
3.1.1.	<i>La metodología de investigación.</i>	52
3.1.1.1.	<i>Investigación participativa.</i>	52

3.1.1.2.	<i>Método inductivo.</i>	52
3.1.1.3.	<i>Método de observación directa.</i>	53
3.2.	<i>Población y muestra.</i>	53
3.2.1.	<i>Población.</i>	53
3.2.1.1.	<i>Muestra.</i>	53
3.3.	<i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos.</i>	54
3.3.1.	<i>Técnica.</i>	54
3.3.1.1.	<i>La observación.</i>	55
3.3.1.2.	<i>Encuesta.</i>	55
3.4.	<i>Recursos, fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos.</i>	55
3.4.1.	<i>Recursos.</i>	55
3.4.1.1.	<i>Recursos fungibles.</i>	55
3.4.1.2.	<i>Recursos permanentes.</i>	55
3.4.2.	<i>Fuentes.</i>	56
3.4.3.	<i>Cronograma.</i>	56
3.4.4.	<i>Presupuesto para la recolección de datos.</i>	57
3.5.	<i>Tratamiento a la información- procesamiento y análisis.</i>	57
3.5.1.	<i>Resultados de la encuesta.</i>	67
CAPÍTULO IV		68
<i>La propuesta.</i>		68
4.1.	<i>Título de la propuesta.</i>	68
4.2.	<i>Justificación de la propuesta.</i>	68
4.3.	<i>Objetivo general de la propuesta.</i>	68
4.4.	<i>Objetivos específicos de la propuesta.</i>	68
4.5.	<i>Hipótesis de la propuesta.</i>	69
4.6.	<i>Análisis FODA.</i>	69
4.7.	<i>Listado de contenidos y flujo de la propuesta.</i>	69
4.8.	<i>Desarrollo de la propuesta.</i>	70
4.9.	<i>Impacto/producto/ beneficio obtenido.</i>	70
4.9.1.	<i>Beneficios obtenidos.</i>	70
4.9.2.	<i>Producto.</i>	70
4.10.	<i>Validación de la propuesta.</i>	70

4.10.1.	<i>Supuestos utilizados para el cálculo.</i>	70
4.10.2.	<i>Financiamiento.</i>	71
4.10.3.	<i>Fuentes externas.</i>	71
4.10.4.	<i>Inversiones del proyecto.</i>	73
4.10.5.	<i>Balance Inicial</i>	76
4.10.6.	<i>Ingresos por ventas.</i>	77
4.10.7.	<i>Costos de producción.</i>	77
4.10.8.	<i>Gastos del proyecto.</i>	78
4.10.9.	<i>Depreciación.</i>	81
4.10.10.	<i>Estado de Pérdidas y Ganancias.</i>	81
4.10.11.	<i>Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado.</i>	82
4.10.12.	<i>Punto de Equilibrio.</i>	84
4.10.13.	<i>Evaluación financiera.</i>	85
4.10.14.	<i>Valoración basada en el descuento de los flujos de fondos.</i>	85
4.10.15.	<i>Determinación de la Tasa Mínima Atractiva Retorno.</i>	87
4.10.16.	<i>Valor Actual Neto (VAN).</i>	88
4.10.17.	<i>Tasa Interna De Retorno (TIR).</i>	89
4.10.18.	<i>Relación Beneficio/ Costo.</i>	89
4.10.19.	<i>PAY-BACK.</i>	92
4.10.20.	<i>Análisis de Sensibilidad.</i>	92
	CONCLUSIONES.	94
	REFERENCIAS	96
	ANEXO	99
	Anexo 1.	99
	Anexo 2.	101
	Anexo 3.	103
	Anexo 4.	104
	Anexo 5.	105
	Anexo 6.	107

ÍNDICE DE TABLAS

N° Tabla	CONTENIDO	Pág.
Tabla 1.	Evolución de las Exportaciones	39
Tabla 2.	Población actual de los habitantes del Recinto linderos de Venecia.	43
Tabla 3.	Precio de plantas ornamentales en los Viveros del Recinto Linderos de Venecia.	47
Tabla 4.	Venta del 1 ^{er} Vivero en el Recinto Linderos de Venecia.	48
Tabla 5.	Venta del 2 ^{do} Vivero en el Recinto Linderos de Venecia.	48
Tabla 6.	Venta del 3 ^{er} Vivero en el Recinto Linderos de Venecia.	49
Tabla 7.	Venta del 4 ^{to} Vivero en el Recinto Linderos de Venecia.	49
Tabla 8.	Resumen de las Ventas de los Viveros del Recinto Linderos de Venecia.	50
Tabla 9.	Presupuesto para la recolección de datos en el Recinto Linderos de Venecia.	57
Tabla 10.	Años en el negocio de siembra y reproducción.	57
Tabla 11.	Apreciación del sistema actual de ventas.	58
Tabla 12.	Apreciación de la baja de las ventas.	59
Tabla 13.	Apreciación de la baja de las ventas por estaciones.	60
Tabla 14.	Factores de disminución de las ventas.	61
Tabla 15.	Criterios para aumentar las ventas en base a la experiencia e inversión adecuada.	62
Tabla 16.	Tipos de variedades que se ofrecen.	62

Tabla 17.	Posee algún tipo de préstamo de institución financiera.	62
Tabla 18.	Tenencia de préstamo por tipo de institución financiera.	64
Tabla 19.	Posibilidad de asociarse con otros productores.	65
Tabla 20.	Implementación de un centro de acopio.	65
Tabla 21.	Disponibilidad de invertir en el centro de acopio	66
Tabla 22.	Financiamiento.	71
Tabla 23.	Tabla de amortización del préstamo.	72
Tabla 24.	Resumen de tabla de amortización.	72
Tabla 25.	Inversión: Terrenos.	73
Tabla 26.	Inversión: Edificación.	73
Tabla 27.	Inversión: Maquinaria.	73
Tabla 28.	Inversión: Otros Activos.	74
Tabla 29.	Resumen de inversión.	75
Tabla 30.	Cronograma de inversión.	75
Tabla 31.	Balance inicial.	76
Tabla 32.	Ingreso por ventas anuales.	77
Tabla 33.	Costos de producción.	77
Tabla 34.	Materia prima.	78
Tabla 35.	Costos indirectos de fabricación.	78
Tabla 36.	Gastos administrativos.	79

Tabla 37.	Remuneraciones mensuales unificadas.	80
Tabla 38.	Depreciación.	81
Tabla 39.	Estado de pérdidas y ganancias.	82
Tabla 40.	Estado de pérdidas y ganancias proyectado.	83
Tabla 41.	Cantidad en equilibrio.	84
Tabla 42.	Costo capital promedio ponderado.	86
Tabla 43.	Tasa mínima atractiva de retorno.	88
Tabla 44.	Flujo de Caja Proyectado a 5 años.	91
Tabla 45.	Pay-Back.	92
Tabla 46.	Análisis de Sensibilidad.	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N° Gráficos	CONTENIDO	Pág.
Gráfico 1.	Principales destinos de las exportaciones de Sector Flores Participación % 2012	39
Gráfico 2.	Población actual de los habitantes del Recinto Linderos de Venecia.	43
Gráfico 3.	Resumen de Venta de los Viveros del Recinto Linderos de Venecia.	50
Gráfico 4.	Cronograma del Proyecto.	56
Gráfico 5.	Años en el negocio de siembra y reproducción.	58
Gráfico 6.	Apreciación del sistema actual de ventas.	59
Gráfico 7	Apreciación de la baja de las ventas.	59
Gráfico 8.	Apreciación de la baja de las ventas por estaciones.	60
Gráfico 9.	Factores de disminución de las ventas.	61
Gráfico 10.	Criterios para aumentar las ventas en base a la experiencia e inversión adecuada.	62
Gráfico 11.	Tipos de variedades que se ofrecen.	63
Gráfico 12.	Posee algún tipo de préstamo de institución financiera.	63
Gráfico 13.	Tenencia de préstamo por tipo de institución financiera.	64
Gráfico 14.	Posibilidad de asociarse con otros productores.	66
Gráfico 15.	Implementación de un centro de acopio.	67
Gráfico 16.	Disponibilidad de invertir en el centro de acopio.	68
Gráfico 17.	Orgánico propuesto.	79

Gráfico 18.	Punto de Equilibrio.	85
Gráfico 19.	Análisis de sensibilidad (VAN).	93
Gráfico 20.	Análisis de sensibilidad (TIR).	93
Gráfico 21.	Análisis de sensibilidad (B/C).	93

ÍNDICE DE FIGURAS

N° Figuras	CONTENIDO	Pág.
Figura 1.	Vistasas (Orquídeas)	40
Figura 2.	Medicinales (Manzanilla)	41
Figura 3.	Mapa de la Ciudad de Milagro	41
Figura 4.	Anturios	44
Figura 5.	Veraneras	44
Figuras 6.	Cordylines Rojas	45
Figuras 7.	Durantas	45
Figura 8.	Peregrinas	45
Figura 9.	Palma Fénix	46
Figura 10.	Isoras enanas	46

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se refiere al tema Creación de un centro de acopio para la comercialización de plantas ornamentales que mejoren los ingresos de los productores del Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro, ya que en la actualidad las plantas ornamentales han tenido una gran demanda en el mercado nacional e internacional, y que en este Recinto existen ventajas de las condiciones climatológicas y los suelos son muy productivos.

En los viveros del Recinto se producen gran variedad de plantas ornamentales de interior y exterior, que son muy cotizadas por sus formas, colores y tamaños.

El objetivo principal de esta investigación es determinar las condiciones adecuadas para la creación del centro de acopio de plantas ornamentales para el mejoramiento de los ingresos de los productores que se han sido perjudicados por los intermediarios, y que durante muchos años se ha llevado la mayor parte de las ganancias.

En esta investigación se utilizó la metodología Cualitativa que se basa en la recolección de datos de los productores de los viveros de plantas ornamentales del Recinto Linderos de Venecia, con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan sus protagonistas.

A partir de los resultados de la aplicación de una encuesta realizada a los productores del sector se logró determinar que el proyecto es viable, debido a la predisposición que tienen de participar en la creación del centro de acopio, y que de esta manera se pueda comercializar directamente con los consumidores, con un mejor nivel de precios, generando así mejores ingresos para los productores.

Con la creación de un centro de acopio se ampliara y optimizara la comercialización del sector, teniendo como resultado una mejor calidad y nivel de vida de los habitantes del Recinto Linderos de Venecia.

CAPÍTULO I

El problema a investigar.

1.1. Tema.

Creación de un centro de acopio para la comercialización de plantas ornamentales que mejoren los ingresos de los productores del Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro.

1.2. Planteamiento del problema.

En el Recinto Linderos de Venecia, ubicado en el km 5 ½ vía a Naranjito perteneciente al Cantón Milagro, la población está conformada por 112 habitantes; las familias se dedican a la actividad de siembra y reproducción de plantas ornamentales, con la mayor gama de variedades del sector, esta actividad ha sido la fuente de ingresos durante muchos años. Los terrenos y el clima son muy apropiados para el crecimiento de las plantas ornamentales, haciendo que exista una gran variedad de plantas durante todo el año; la oferta de plantas por parte de ellos es ilimitada, cada vivero está legalmente establecido; incluso que ahora cuentan con nuevas variedades de plantas que han llegado desde otros países y que están siendo reproducidas en sus viveros.

El sistema de ventas que han venido experimentado desde sus inicios hasta la actualidad, no ha sido el adecuado dejando en ellos grandes aspiraciones por encontrar un nuevo sistema de comercialización, con el que puedan vender sus plantas a precios justos que compense la materia prima, la mano de obra y los materiales que ellos emplean para la siembra.

Este sector es generalmente bajo para la comercialización directa con los compradores, debido a distancia donde se encuentran ubicados los viveros de los que ellos son propietarios, lo que los pone en desventaja ante los viveros de nuevos productores, como también de intermediarios que se ubican a las orillas de la vía, más cerca de la ciudad de Milagro, los cuales acaparan a los compradores que llegan desde las diferentes ciudades del país, ya que esta zona es muy reconocida por la gran variedades de plantas, e inclusive tienen la oportunidad de mantener contacto con grandes obras para Municipios, Urbanizaciones que requieren de sus

servicios para las instalaciones y decoraciones como: Guayaquil, Esmeraldas, Manta, Salinas, Machala.

Esto ha llevado a los productores a tomar la decisión de integrarse y establecer un nuevo sistema de comercialización que incremente sus ingresos, como la de crear un centro de acopio, y ofrecer plantas de primera calidad, y que los proveedores son los mismos productores que complementan el gran surtido de plantas ornamentales y poder venderlas directamente a los consumidores, y poder obtener un mejor nivel de precios y de esta manera descartar a los intermediarios que se han llevado sus ganancias durante muchos años.

En la actualidad han ingresado un gran número de intermediarios debido a las ganancias que este negocio les brinda, siendo atractivo para ellos incursionar en este mercado.

1.3. Formulación del problema.

¿Cómo implementar un centro de acopio de plantas ornamentales para el mejoramiento de los ingresos de los productores del Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro?

1.4. Delimitación del problema.

En el Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro, los productores de plantas ornamentales tienen problemas para la comercialización de sus plantas por lo cual hay la predisposición de participar en la creación de un centro de acopio para poder mejorar las ventas de sus plantas, con un mejor nivel de precios en el mercado, generando de esta manera mejores ingresos para sus negocios y al mismo tiempo mejorar sus calidades de vida.

Con la propuesta que se plantea se estima incrementar las ventas en un 50%, por cada productor que se encuentra participando en esta iniciativa en los actuales momentos. El centro de acopio es un lugar donde los productores tendrían mayores ventajas de ventas, y de establecer contactos con los principales compradores de plantas ornamentales. Con lo cual se espera dejar atrás la participación de los intermediarios que se han aprovechado durante muchos años, debido a que estos productores no se encontraban unidos bajo un solo sistema de comercialización y ventas que los beneficie de manera equitativa.

Con la participación de los productores en esta iniciativa se espera lograr una mejor comercialización y expendio en ventas, para así incrementar sus ingresos y por lo tanto mejorar sus ganancias y poder incrementar sus viveros.

Se estima que para el año 2016, el sector agropecuario deberá ser solidario, productivo y competitivo, garantizando la seguridad alimentaria del país, insertándose en el mercado mundial, produciendo bienes y servicios diferenciados y de calidad, generando valor agregado con rentabilidad económica, equidad social, sostenible ambiental e identidad cultural.

1.5. Justificación.

En la actualidad las plantas ornamentales han tenido gran demanda en las principales ciudades del país. Lo cual ha despertado mayor interés por seguir produciendo más variedades. Los propietarios de los viveros donde se reproducen estas plantas tienen la ventaja que en el Recinto Linderos de Venecia, las tierras son muy productivas y fértiles adecuadas para sus plantaciones, creando de esta manera una gran oferta de plantas durante todo el año, estas familias han hecho de esta actividad económica su fuente de ingresos durante muchos años.

El Gobierno mediante diversas instituciones financieras como los bancos locales ha proporcionado créditos hacia el sector productivo agrario, logrando que de esta manera dicho sector siga expandiéndose, mediante la compra de terrenos, materia prima, insecticidas, abonos y demás materiales para la producción.

El objetivo de este proyecto es el de unir a los productores en un centro de acopio para la comercialización de las plantas ornamentales que ellos producen y de esta manera incrementar las ventas, lo que mejoraría los ingresos de los productores y de sus familias. Y lograr que este lugar sea más reconocido, por tener la mayor variedad de plantas y poder cubrir con la demanda de pedidos dentro del país.

La importancia de esta propuesta es capacitar a los productores participantes en el mantenimiento de sus viveros y los diferentes medios de comercialización de plantas, para enfrentar y abastecer la gran demanda que está surgiendo en la actualidad.

1.6. *Objetivo general de la investigación.*

Determinar las condiciones adecuadas para la creación de un centro de acopio de plantas ornamentales para mejorar los ingresos de los productores del Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro.

1.7. *Objetivos específicos de la investigación.*

- ✓ Elaborar un diagnóstico de las condiciones socioeconómicas de los productores del sector.
- ✓ Analizar las condiciones adecuadas para la implementación de un centro de acopio de plantas ornamentales en el sector.
- ✓ Conocer la oferta y demanda de plantas ornamentales en el mercado nacional.
- ✓ Determinar un adecuado sistema de comercialización de plantas ornamentales en el Recinto Linderos de Venecia, que mejore las ventas de los productores del sector.

1.8. *Límites de la investigación.*

Establecer las condiciones necesarias para la creación del Centro de Acopio, aplicando las estrategias adecuadas para que los productores del Recinto Linderos de Venecia puedan comercializar sus plantas ornamentales, y obtener mayores beneficios.

1.9. *Identificación de las variables.*

Del análisis para cumplir los objetivos planteados se determinan las siguientes variables:

- Número de Productores
- Número de Consumidores o demandantes
- Precio de Ventas
- Niveles de Ingresos
- Volumen de Ventas

1.10. *Hipótesis.*

La creación de un centro de acopio con las condiciones necesarias para que los productores de plantas ornamentales del Recinto Linderos de Venecia, puedan ofrecer sus productos de calidad, con equidad de precios entre los miembros participantes del mismo y que estén dispuestos a ofrecer la mayor cantidad y variedad de plantas existentes en el sector, y de

esta manera abastecer la gran demanda de plantas que existe actualmente, para poder competir en el mercado nacional que es cada vez más exigente. Buscando generar fuentes de trabajos para las familias del sector donde los únicos beneficiarios sean los productores con sus empleadores.

1.11. Operacionalización de las variables.

1.11.1. Variable independiente.

Creación de un centro de acopio de plantas ornamentales.

1.11.2. Variable dependiente.

Mejorar los ingresos de los productores.

1.11.3. Delimitación.

Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General
¿Cómo crear un centro de acopio de plantas ornamentales para mejorar los ingresos de los productores del Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro?	Diseñar la creación de un centro de acopio de plantas ornamentales para el mejoramiento de los ingresos de los productores del Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro.	Diseñando la creación de un centro de acopio de plantas ornamentales mejorará los ingresos de los productores del Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro
Problema derivado 1	Objetivo derivado 1	Hipótesis derivado 1
¿De qué manera la elaboración de un diagnóstico incide en las condiciones socioeconómicas de los productores del sector del recinto Linderos de Venecia del cantón Milagro?	Elaborar un diagnóstico de las condiciones socioeconómicas de los productores del sector del recinto Linderos de Venecia del cantón Milagro.	Elaborando un diagnóstico de las condiciones socioeconómicas entonces se mejorara las condiciones de vida de los productores del recinto Linderos de Venecia del cantón Milagro.
Problema derivado 2	Objetivo derivado 2	Hipótesis derivado 2
¿Cuáles son las condiciones adecuadas para la implementación de un centro de acopio de plantas ornamentales en el sector del recinto Linderos de Venecia del cantón Milagro?	Desarrollar las condiciones adecuadas para la implementación de un centro de acopio de plantas ornamentales en el sector del recinto Linderos de Venecia del cantón Milagro.	Desarrollando las condiciones adecuadas se propenderá a la implementación de un centro de acopio de plantas ornamentales en el sector del recinto Linderos de Venecia del cantón Milagro.
Problema derivado 3	Objetivo derivado 3	Hipótesis derivado 3
¿Cuál es el diseño del sistema de comercialización de plantas ornamentales más adecuado en el Recinto Linderos de Venecia, que mejore las ventas de los productores del sector?	Diseñar un sistema de comercialización de plantas ornamentales en el Recinto Linderos de Venecia, que mejore las ventas de los productores del sector.	Diseñando un sistema de comercialización de plantas ornamentales en el Recinto Linderos de Venecia, mejorará las ventas de los productores del sector.

CAPÍTULO II

Fundamentación teórica.

2.1. Antecedentes referentes.

“Diseño de un Sistema Contable en la producción y comercialización de plantas ornamentales, frutales, forestales y servicio de jardines en el vivero SERVI & PLANTAS, ubicado en la Parroquia de Nayón”. (Pillajo, 2012) En el que manifiesta lo siguiente que: Este proyecto se ha diseñado pensando en los microempresarios dedicados a la producción y comercialización de todo tipo de plantas y en la prestación de servicios de jardines en la sociedad.

Al tratarse de una microempresa, se requiere de un adecuado control de las actividades diarias, por ellos se vio la necesidad de diseñar un sistema contable para controlar los recursos económicos de manera eficiente. Se ha diseñado este sistema que, se encarga de dotar de la información contable necesaria que permita tomar las decisiones de acuerdo a los resultados obtenidos.

“Estructuración y operativización de una asociación para potenciar la producción y comercialización de plantas ornamentales en la Parroquia rural de Nayón del Cantón Quito, Provincia de Pichincha”. (Quijia, 2011). En el que manifiesta lo siguiente: Las plantas ornamentales como toda producción agrícola se convierte en un significativo generador de empleo; Como una alternativa de Crecimiento con fines comerciales, debido a su alta demanda, con fines de adorno y embellecimiento a través de su producción y comercialización generar divisas para el país.

En el análisis de del microambiente se observó que en la cadena de comercialización de plantas ornamentales existe un serie de intermediarios que absorben a los pequeños productores, esta situación no ha permitido mejorar las condiciones de vida de este sector.

“Propuesta de comercialización de plantas ornamentales en la Delegación de Xochimilco” En la se empleó el método de estudio de caso. (Martinez, 2011). En el que Manifiesta lo siguiente que: Presenta una serie de propuestas para los productores de Xochimilco, integradas en una estrategia de comercialización para las plantas ornamentales de

dicha delegación. En este se muestra la necesidad de contar estrategias idóneas con la finalidad de aprovechar las mejores oportunidades de comercialización en los diferentes canales de ventas en los que se manejan las plantas.

Diciembre “Estudio de factibilidad para la creación de un vivero productivo de plantas forestales, frutales, ornamentales en el Colegio Nacional Galo Plaza Lasso de la Parroquia de San Vicente de Pusir”. (Pozo, 2011). En la que manifiesta lo siguiente: Este proyecto se lo ha establecido para determinar la factibilidad para la creación de un vivero de plantas forestales, frutales y ornamentales en el Colegio Nacional Galo Plaza Lasso de la Parroquia San Vicente de Pusir, del Cantón Bolívar, el mismo que permitirá la producción y comercialización de plantas en vivero, que permita satisfacer el mercado tanto interno como externo, cuyo proceso de cultivo, cosecha y comercialización estará dado en base a nuevas técnicas de mejoramiento continuo con visión empresarial, empleando un plan de producción y mercadeo que permita satisfacer la expectativa de la demanda en producto de calidad .

“Proyecto de Evaluación Financiera de Una empresa dedicada a la Creación, Mantenimiento y Redecoración, de Jardines dirigida a la Clase Social Alta y Media Alta de la ciudad de Guayaquil y Samborondón” (Costa & Merino, 2009). Este proyecto se emprendió principalmente para cubrir las necesidades de los clientes amantes de la naturaleza que desean decorar sus hogares o lugares de trabajo con plantas y flores, también para personas que de una u otra manera desean contribuir con el medio ambiente teniendo plantas, etc. Si bien es cierto existe competencia para este tipo de negocios pero estos no se encuentran dirigidos al segmento del mercado que se dirige “El Madrigal” y estos tampoco cuentan con asesoría o combos de jardines para que el cliente pueda escoger el jardín que desea crear.

Es un negocio dedicado a la creación, mantenimiento y reddecoración de jardines que involucra una asesoría en cuanto a decoraciones. El producto se compra a los diferentes proveedores para ser almacenados en un lugar totalmente adecuado, el mismo que debe ser supervisado por personal capacitado. Esta empresa da alternativas para que las personas compren plantas y flores en un lugar comercial en la ciudad de Guayaquil.

Este proyecto cubre la necesidad de que muchas de las personas que poseen un patio puedan adornarlas con plantas y flores a su gusto y a precios accesibles, así como ayudar al abastecimiento rápido de estos productos a ciertos locales cuando así lo requieran.

“Análisis de factibilidad del desarrollo del cultivo de protéas (planta ornamental) en el Ecuador y su Comercialización” (Dahik & Núñez, 2004) En el que manifiesta lo siguiente: El cultivo de las flores en el Ecuador empieza a mediados de los años ochenta, teniendo una participación del 0,02% del total de las exportaciones, en los años 90 comienza el auge de la floricultura y actualmente este mercado tiene una participación del 5% del total de las exportaciones ecuatorianas, siendo ahora el principal producto de exportación no tradicional.

“Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de plantas ornamentales y flores no tradicionales a Estados Unidos” (Parreño, 2013) En el que manifiesta lo siguiente que: El presente estudio se enfoca en la exportación de los productos de Lucky Ecuador, respectivamente diseños de plantas ornamentales de la rama Lucky Bambú y los diseños florales de la rama Lucky Flor, hacia el mercado de Estados Unidos. Enfoque que quiere lograr que la empresa Lucky Ecuador se convierta en una empresa internacional y porque no una empresa transnacional en un futuro no muy lejano. Es importante mencionar que la estrategia de exportación, va de la mano con el uso de agentes o distribuidores en el mercado meta Estados Unidos, para que los productos de Lucky Ecuador puedan llegar de manera exitosa a los potenciales clientes del mencionado país.

Análisis del proceso de comercialización de semillas forestales y ornamentales en dos centros de semillas.- El propósito de esta investigación fue analizar el proceso de comercialización de semillas forestales y ornamentales en el Centro de Semillas de Arboles Forestales CESAF (Proyecto FONDEC FI-12) y el Centro de Semillas, Genéticas e investigaciones Etimológicas de CONAF (CSF CONAF). (Martini, 2014)

Por la importancia de estos centros en su ámbito de acción se requiere precisar, en alguna medida, cuales son las características más relevantes de la comercialización de semillas forestales en Chile, dada la insuficiente información en esta materia por tratarse de un mercado naciente y en proceso de desarrollo.

Se realizó un estudio descriptivo y analítico de la información proveniente de fuentes bibliográficas, registros de ventas y bases de datos e inventarios de los centros de semillas en estudio para el periodo comprendido entre 1998 y 2001.

Igualmente se consultó a especialistas, se elaboró y se aplicó una encuesta a consumidores de semillas y se consultó también a persona ligadas al proceso comercial. (Portal de tesis electrónicas de la universidad de Chile).

San Salvador, Octubre “Diagnostico de las exportaciones de las plantas ornamentales y planteamientos de estrategias para la comercialización” Metodología de Campo y Bibliográfica. Publicado en la Biblioteca Virtual de Tesis. (Larrave & Tobar, 2012) En el que manifiesta lo siguiente que: En el que se realizó un diagnóstico de las exportaciones de plantas ornamentales la comercialización en la que da a conocer como los empresarios Salvadoreños exportadores de plantas ornamentales desarrollan su proceso de promoción internacional desde establecer contactos hasta realizar los envíos. En los que establecen contactos para sus envíos de plantas ornamentales.

“Diagnostico empresarial para el mejoramiento de operaciones del vivero AGRÓPOLIS ubicado en la Parroquia de Tumbaco, Provincia de Quito”. (Gavela & Zàrate, 2003) En el que manifiesta lo siguiente: El tema que se ha planteado va a servir para el mejoramiento de la administración del vivero AGRÓPOLIS que le permitirá ampliar su mercado y posesionarse en él, ya que la estructura del diagnóstico empresarial para el mejoramiento del desempeño del vivero tiene una proyección muy amplia hacia el futuro.

Estos viveros tienen un servicio de asesoramiento dirigido por personas calificadas como Ingenieros Agrónomos en áreas como: mejoramientos de cultivos, injertos, poda, fumigación y asistencia técnica general, cumpliendo con procesos ecológicos esenciales. Debido al crecimiento presentado en los últimos años a la demanda de Recursos Humanos, económicos, a las obligaciones tributarias, fiscales emitidas por el Estado.

Es necesario que el vivero AGRÓPOLIS cuente con una estructura administrativa clara, con procesos y procedimientos para la ejecución que le permita mejorar los recursos y proyectar una ampliación a corto plazo.

“Desarrollo de Plantas ornamentales Cordylines de cultivo “In Vitro”, (Chiriguaya, 2011); este proyecto fue realizado en el laboratorio de Biotecnología de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Ciencias de la Producción (FIMCP) del Campus “Gustavo Galindo V.” localizado en el Km. 30.5 de la Vía Perimetral en la ciudad de Guayaquil. Las variedades que

se estudiaron fueron: altura promedio de planta y número promedio de brotes a la octava, décima, décima segunda, décima cuarta semana respectivamente.

En el caso de las plantas ornamentales de Cordylines en cultivo In Vitro en la provincia del Guayas, se concluyó que la variedad Alex era la más óptima para el experimento. (Modrego & Sanclemente, La Red de Comercialización de la Fresa en Michoacán, México, 2007)

2.2. Marco teórico referencial.

El presente trabajo de investigación tiene por objeto establecer las estrategias necesarias para realizar las diferentes actividades en las que se basa este proyecto. Así como también la organización y planificación oportuna, para poder llevar a cabo los objetivos planteados en el mismo.

Como es la creación de un nuevo sistema de comercialización de plantas ornamentales, mediante la creación de un centro de acopio.

Para ello se debe tomar en consideración todos puntos que se encuentran detallados a continuación:

2.2.1. Administración.

La administración significa actuar en dirección hacia el futuro de una meta para realizar las tareas; por consiguiente, no efectúa actividades elegidas al azar, sino actividades con un propósito y una dirección bien definidos. Este propósito y dirección podrían ser los del individuo, la organización o, lo más usual, una combinación de los de ambos. Comprende los esfuerzos necesarios para completar las actividades propuestas y para que los resultados correspondan a los niveles deseados.

2.2.2. Importancia de la administración.

La importancia de la Administración se basa en los siguientes puntos:

La Administración se da donde quiera que exista una organización. El éxito de una empresa u organismo social, se debe a la buena administración que posea. Para las grandes empresas, la administración científica es esencial. Para las empresas pequeñas y medianas, la

manera más indicada de competir con otras es el mejoramiento de su administración, dicho en otras palabras, tener una mejor coordinación de sus recursos de sus recursos incluyendo al humano.

2.2.3. *Procesos administrativos.*

El proceso administrativo incluye las funciones de planeación, organización, dirección y control. La primera de ellas la planeación, prepara el escenario para las demás. Se trata de un proceso en el que se decide exactamente lo que uno quiere lograr el cuál es la mejor manera de hacerlo. Cuando la planeación se hace bien, crea una plataforma sólida para el trabajo administrativo posterior de organizar (asignar y ordenar los recursos para lograr tareas esenciales), dirigir (orientar los esfuerzos de los recursos humanos para asegurar los niveles elevados de logro de tarea), y controlar (monitorear el logro de tareas y comprender la acción correcta necesaria).

2.2.3.1. *Planeación.*

La planeación es el proceso de toma de decisiones que centra su atención en el futuro de la organización y en la manera de lograr sus metas, por lo tanto la planeación se ocupa tanto de los fines (que hay que hacer), como de los medios (como hay que hacerlo).

Desde esta perspectiva, el establecimiento de los objetivos organizacionales necesariamente precede al desarrollo de los planes de la organización. Sin objetivos o metas, los planes tendrían poco sentido.

Los objetivos ayudan a fijar el rumbo, a enfocar el esfuerzo, a guiar las conductas, y a evaluar los progresos. Resulta interesante que en ciertas ocasiones los administradores invierten demasiado tiempo en formular los objetivos, sin desarrollar los planes detallados que les permitan alcanzar sus metas.

2.2.3.1.1. *El proceso de la planeación.*

En el proceso de planeación, los objetivos identifican los resultados específicos o las consecuencias deseadas; el plan es una exposición de las acciones a realizarse con el fin de lograr los objetivos.

Defina sus objetivos. Identifique de modo muy específico los resultados o consecuencias deseadas. Conozca a dónde quiere llegar; deberá plantearlos con la mayor especificidad posible para que usted pueda reconocer el momento en que los haya alcanzado, o para saber qué tan lejos está de su objetivo en diversos puntos a lo largo del camino.

Determine en donde está usted frente a los objetivos. Evalúe sus logros actuales en relación con los resultados deseados. Reconozca en donde está usted en el proceso de alcanzar los objetivos; identifique ventajas obran a su favor y que desventajas pueden detenerlo.

Desarrolle premisas acerca de las condiciones futuras. Intente anticiparse a los acontecimientos futuros. Genere “escenarios” alternativos para lo que pueda suceder; identifique para cada uno de ellos las cosas que pudieran ayudar u obstaculizar su avance hacia el logro de sus objetivos.

Analice posibles alternativas de acción, elija las mejores y decida cómo implementarlas. Enumere y evalúe cuidadosamente las posibles acciones que se puedan emprender. Escoja las alternativas que tengan más probabilidades de alcanzar los objetivos; describa paso a paso lo que debe hacerse para seguir el curso de acción elegido.

Implemente el plan y evalúe los resultados. Ponga manos a la obra y mida cuidadosamente su avance hacia los objetivos. Realice todo lo que el plan requiera, evalúe resultados, emprenda acciones correctivas y revise los planes cuando sea necesario.

2.2.3.1.2. Herramientas y técnicas de planeación.

La planeación es esencial para el éxito del proceso administrativo. Sin embargo, es muy probable que sus beneficios se obtengan cuando los enfoques de planeación son amplios y sus fundamentos están bien establecidos. Entre las herramientas y técnicas de planeación útiles se incluyen los pronósticos, la utilización de escenarios, el benchmarking, la planeación participativa y el empleo de personal de staff encargado de la planeación.

Pronóstico: Es una visión del futuro. Pronosticar es el proceso de elaboración de supuestos acerca de lo que sucederá en el futuro. Todo buen plan incluye pronósticos, ya sea explícito o implícito. Algunas se apoyan en pronósticos cualitativos, en los cuales se usan

opiniones de expertos para vaticinar el futuro. En este caso se puede consultar a una sola persona de habilidad o reputación especiales o un panel de expertos.

Planeación por escenarios: Implica identificar varios “escenarios” o estados de cosas futuros y alternativos que puedan ocurrir. Posteriormente se elaboran planes para enfrentar cada uno de ellos en caso de que ocurrieran. La identificación anticipada de diferentes escenarios posibles le ayuda a las organizaciones a operar con mayor flexibilidad en ambientes dinámicos.

Benchmarking: Otra influencia importante en el éxito o fracaso de la planeación se relaciona con el marco de referencia que se use como un punto de partida. Una forma de lograrlo es a través del Benchmarking, una técnica que hace uso de la comparación con empresas líderes en el mercado para evaluar mejor el desempeño actual de cada quien e identificar posibles acciones para el futuro. El propósito del Benchmarking es aquello que otras personas y organizaciones hace muy bien y planear como incorporar estas ideas en nuestras propias operaciones. Esta poderosa técnica de planeación es cada vez más popular en el mundo de negocios competitivo de la actualidad.

Planeación participativa: Requiere que en el proceso se incluya a las personas que se verán afectadas por los planes resultantes o quienes se les pedirá que colaboren en su implementación. La participación puede aumentar la creatividad y la información disponibles para la planeación. Esta se debe organizar y realizar de manera participativa que incluyan las contribuciones de muchas personas que representan diversas responsabilidades y puntos de ventaja.

Planeación staff: Se emplea para asumir la responsabilidad del liderazgo y la coordinación de la planeación para la organización en su conjunto o para uno de sus componentes principales.

2.2.3.2. Organización.

Es el proceso de coordinar personas y otros recursos para trabajar juntos a fin de lograr un objetivo. Siendo una de las funciones básicas de la administración, implica tanto la creación de una división del trabajo para realizar las tareas que deberán ejecutarse, como la coordinación de resultados para lograr un propósito común.

Las estructuras funcionales se agrupan formalmente a las personas que poseen habilidades similares y que ejecutan tareas parecidas. Las barreras funcionales son la falta de comunicación y coordinación entre las diferentes funciones.

2.2.3.3. Dirección.

Es el proceso por medio del cual se despierta el entusiasmo de la gente para trabajar fuerte y dirigir sus esfuerzos hacia el cumplimiento de los planes y el logro de los objetivos.

A través de la dirección los administradores construyen compromisos, alientan las actividades que respaldan las metas e influyen en otras personas para que realicen su mejor esfuerzo en beneficio de la organización.

2.2.3.3.1. Liderazgo.

El liderazgo se lo define como una influencia, es decir el arte o proceso de influir sobre las personas de tal modo que se esfuercen de manera voluntaria y entusiasta por alcanzar las metas de sus grupos. Idealmente las personas deben estar motivadas para aplicar en el trabajo no nada más su voluntad, sino también celo y confianza.

Un buen ejemplo es el director de una orquesta, cuya función es producir un sonido coordinado y un tiempo correcto con el esfuerzo integrado de los músicos. La actuación de la orquesta dependerá de la calidad de liderazgo del director.

Los líderes anticipan el futuro, inspiran a los miembros de la organización y trazan el curso de la empresa. Todo grupo que se desempeña a casi su mayor capacidad tiene un jefe muy dotado en el arte del liderazgo. Esta habilidad está compuesta de por lo menos cuatro elementos principales:

El primer componente del liderazgo es el poder, aquí se expone la diferencia la diferencia entre poder y autoridad.

El segundo componente del liderazgo es el conocimiento básico de las personas. Como en las demás disciplinas, una cosa es conocer la teoría de la motivación, las fuerzas

motivadoras y la naturaleza de un sistema de, motivaciones, y otra es tener la capacidad de aplicar este conocimiento a personas y situaciones.

El tercer componente del liderazgo es una excepcional capacidad para inspirar a los seguidores a que apliquen todas sus capacidades a un proyecto.

El cuarto componente del liderazgo tiene que ver con el estilo del líder y el ambiente que fomenta, la fuerza de la motivación depende en gran medida de las expectativas, de las recompensas percibidas, del esfuerzo que se prevé que sea necesario, la tarea y de otros factores que son parte del entorno.

2.2.3.4. Control.

El proceso de medición del desempeño laboral, comparando los resultados con los objetivos, y llevando a cabo acciones correctivas cuando sea necesario. Mediante el control, los administradores mantienen un contacto activo con la gente durante el curso de su trabajo, recaban e interpretan informes sobre su desempeño, y utilizan esta información para planear acciones y cambios constructivos.

El control es el que regula el comportamiento de la organización empresarial. Para poder hacer efectivo el control sobre toda la empresa, el director debe poner en marcha sistemas que le aseguren obtener una información confiable y veraz.

2.2.4. Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter.

El punto de vista de (Porter, 1980), es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

2.2.4.1. Amenaza de la entrada de nuevos competidores.

Al intentar entrar una nueva empresa nueva a un mercado ya existente, ésta podría tener barreras de entradas tales como la falta de experiencia, lealtad del cliente, cuantioso capital requerido, falta de canales de distribución, falta de acceso a insumos, saturación del mercado, etc. Pero también podrían fácilmente ingresar si es que cuentan con productos de calidad superior a los existentes, o precios más bajos.

La existencia de barreras de entrada trae consigo los llamados costos hundidos, que son aquellos que debe afrontar la empresa para entrar en el sector para invertir en determinados activos y que no podrá recuperar cuando decida salir del sector.

Algunas de las barreras de entrada para evitar la vulnerabilidad de los sectores que definen esta fuerza son:

Inversión necesaria o Requisitos de Capital: Son necesidades mínimas elevadas de invertir capital en la infraestructura de producción, investigación y desarrollo, inventarios, publicidad o en la comercialización.

Economías de escala: Estas ocurren cuando el costo unitario de una actividad determinada se reduce al aumentar el volumen de producción durante un período de tiempo concreto y definido.

Curva de experiencia: Abarca el know how acumulado por una empresa en el desarrollo de una actividad durante un período de tiempo prolongado. Se refiere al conjunto de actividades de la empresa, abarcando todos los aspectos de la organización: gestión, tecnología de productos, procesos, etc.

Ventaja absoluta en costos: El hecho de ser los primeros en llegar a un sector, unido a otros factores como el abastecimiento de una materia prima o las economías de aprendizaje, provocan que la empresa que ya está dentro del sector tenga ventajas en costos, lo que supone un impedimento importante para aquellas empresas que quieren formar parte de ese sector.

Diferenciación del producto: Grado en que los consumidores distinguen un producto de otro; puede tratarse de atributos propios del diseño, la presentación, servicios al cliente, etc. Es muy difícil para una empresa que entra nueva en un sector competir contra otras que ya están asentadas en el mismo; y es que estas empresas asentadas cuentan ya con una marca reconocida y una fiel clientela, lo que obliga a las empresas entrantes a realizar importantes inversiones en publicidad, un costo que habrían ahorrado si hubieran entrado antes que la que ya es su competencia en el sector.

Acceso a canales de distribución: Es la aceptación de comercializar el producto del nuevo competidor por los canales existentes, con restricciones que disminuyan la capacidad de competencia de la nueva empresa en el mercado. Esta barrera es muy importante, ya que el consumidor final no tendrá posibilidad de adquirir el producto si no lo ve en el punto de venta.

Identificación de marca: Barrera relacionada con la imagen, credibilidad, seriedad y fiabilidad que la empresa tiene en el mercado como consecuencia de una forma de actuar y de las características de su producto.

Barreras gubernamentales: Son las impuestas por los gobiernos y organismos superiores, y se relacionan con la obtención de licencias expedidas por autoridades públicas, patentes, copyright, requisitos relacionados con el medio ambiente, la seguridad, etc.

Represalias: Referidas a las represalias que pudieran tomar las empresas ya existentes en el sector según interpreten la entrada de la nueva empresa. Estas represalias podrían consistir en campañas de publicidad agresivas o bruscas bajadas de precios hasta asfixiar a la nueva empresa, cuyo margen de beneficios es inferior porque está empezando.

La amenaza de entrada de nuevos competidores depende, principalmente, de las barreras de entrada y de la reacción de las compañías que ya están establecidas dentro del sector ante los recién llegados.

2.2.4.2. Amenaza de posibles productos o servicios sustitutos.

Los productos sustitutos son aquellos que realizan las mismas funciones del producto en estudio. Constituyen también una fuerza que determina el atractivo de la industria, ya que pueden reemplazar los productos y servicios que se ofrecen o bien representar una alternativa para satisfacer la demanda. Representan una seria amenaza para el sector si cubren las mismas necesidades a un precio menor, con rendimiento y calidad superior.

El impacto que la amenaza de sustitutos tiene sobre la rentabilidad de la industria depende de factores tales como:

Disponibilidad de sustitutos: Se refiere a la existencia de productos sustitutos y a la facilidad de acceso.

Precio relativo entre el producto sustituto y el ofrecido: Se refiere a la relación entre el precio del producto sustituto y el analizado. Un bien sustituto con un precio competitivo establece un límite a los precios que se pueden ofrecer en un sector.

Rendimiento y calidad comparada entre el producto ofrecido y su sustituto: Los clientes se inclinarán por el producto sustituto si la calidad y el rendimiento son superiores al producto usado.

Costos de cambio para el cliente: Si los costos de cambio son reducidos los compradores no tendrán problema en utilizar el bien sustituto, mientras que si son altos es menos probable que lo hagan.

En fin, la entrada de productos sustitutos, según sean su calidad, disponibilidad, costos y rendimiento, pone un tope al precio que se puede cobrar antes de que los consumidores opten por un producto sustituto.

2.2.4.3. Poder de negociación de los proveedores o vendedores.

Esta fuerza hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los proveedores, quienes definen en parte el posicionamiento de una empresa en el mercado, de acuerdo a su poder de negociación con quienes les suministran los insumos para la producción de sus bienes. Además de la cantidad de proveedores que existan, su poder de negociación también podría depender del volumen de compra, la cantidad de materias primas sustitutas que existan, el costo que implica cambiar de materias primas, etc.

El poder negociador de los proveedores va a depender de las condiciones del mercado, del resto de los proveedores y de la importancia del producto que proporcionan; y las variables más significativas de esta fuerza son las siguientes:

Concentración de proveedores: Se requiere identificar si la mayor parte de la provisión de insumos o recursos para las empresas del sector las realizan pocas o muchas compañías.

Importancia del volumen para los proveedores: Es la importancia del volumen de compra que hacen las compañías del sector a los proveedores, o sea, las ventas al sector con relación a las ventas totales de los proveedores.

Diferenciación de insumos: Si los productos ofrecidos por los proveedores están o no diferenciados.

Costos de cambio: Se refiere a los costos en que incurre el comprador cuando cambia de proveedor. La existencia de altos costos de cambio puede dar un relativo poder a los proveedores.

Disponibilidad de insumos sustitutos: Es la existencia, disponibilidad y acceso a insumos sustitutos que por sus características pueden reemplazar a los tradicionales.

Impacto de los insumos: Se trata de identificar si los insumos ofrecidos mantienen, incrementan o mejoran la calidad del bien.

Como se puede comprender de las variables anteriores, el proveedor estará en posición ventajosa, si el producto que ofrece escasea y los compradores necesitan adquirirlo para sus procesos. Si por el contrario, el producto que ofrece es estándar y puede obtenerse en el mercado con facilidad, es decir, existe un gran número de proveedores, su influencia se verá disminuida. En este caso el comprador estará en una buena posición para elegir la mejor oferta.

2.2.4.4. Poder de negociación de los clientes.

La competencia en el mercado está determinada en parte por el poder de negociación que tienen los clientes con las empresas que producen el bien o servicio. En los mercados de productos son dos los factores que influyen en la determinación de la fortaleza del poder de negociación de una empresa frente a sus clientes: sensibilidad al precio y poder de negociación. Las principales variables que definen estos factores son:

Concentración de clientes: Identificar el número de clientes que demanda la mayor parte de las ventas del sector.

Volumen de compras: Mientras más elevado sea el valor económico de las compras que realiza el cliente, este podrá forzar mejores condiciones ante sus proveedores.

Diferenciación: Mayor será el poder de negociación de los clientes mientras menos diferenciados estén los productos o servicios. Los productos diferenciados son los que el cliente identifica por su diseño, marca y calidad superior a los demás.

Información acerca del proveedor: Si el cliente dispone de información precisa sobre los productos, calidad y precios que le permita compararlos con la competencia, podrá tener mayores argumentos de importancia en el poder negociador con el proveedor.

Identificación de la marca: Es la asociación que hace el comprador con marcas existentes en el mercado.

Productos sustitutos: La existencia de productos sustitutos le permite al comprador presionar más sobre los precios.

Existen personas que han considerado que una estrategia adecuada por parte de una empresa de negocios tendrá como componente clave el intento de equilibrar el poder de negociación de proveedores y compradores.

2.2.4.5. Rivalidad entre competidores existentes.

La rivalidad entre competidores está en el centro de las fuerzas y es el elemento más determinante del modelo de Porter. Es la fuerza con que las empresas emprenden acciones, de ordinario, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector.

Para determinar la intensidad de la competencia hay que considerar la influencia de los siguientes factores:

Concentración: Se trata de identificar si son pocas empresas las que dominan el mercado o si por el contrario se da un fenómeno de atomización; así como el tamaño de las mismas.

Condiciones de los costos: Si los costos fijos son elevados respecto al valor de los productos o servicios, las empresas se verán forzadas a mantener altas cifras de negocios.

Diferenciación del producto: Son las características del producto que lo hacen diferente, incluso hasta ser percibido como único en el mercado por su uso o aplicación.

Costos de cambio: Cuando los costos de cambio de unos productos a otros son bajos se fomenta la lucha interna dentro del sector.

Grupos empresariales: La rivalidad aumenta cuando potentes grupos empresariales compran pequeñas empresas del sector para relanzarlas y entrar en ese mercado.

Barreras de salida: La rivalidad será alta si los costos para abandonar la empresa son superiores a los costos para mantenerse en el mercado y competir.

Del análisis de esta fuerza se puede deducir que el grado de rivalidad entre los competidores aumentará a medida que se eleve la cantidad de éstos, se vayan igualando en tamaño y capacidad, disminuya la demanda de productos, se reduzcan los precios, etc.

2.2.5. Canal de distribución.

Es un circuito a través del cual los productores ponen a disposición de los consumidores, los productos para que los adquieran. El transporte y comercialización de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

La importancia de éste es cuando cada producto ya está en su punto de equilibrio y está listo para ser comercializado. El punto de partida del canal de distribución es el productor, y el punto final o de destino es el consumidor.

El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y el usuario final son los intermediarios. Un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario que se denominan intermediarios.

2.2.5.1. Tipos de canales de distribución.

2.2.5.1.1. Canal de distribución directo.

En este tipo de canal directo los productores de un determinado producto o bien, comercializan al consumidor final, los cuales benefician a los consumidores, ya que los costos de producción tienden a bajar, y beneficia a los productores o empresarios ya que se gasta menos hasta llegar a manos del consumidor final, y de esta manera se beneficia el consumidor y el productor.



2.2.5.1.2. Canal de distribución indirecto.

En estos canales existen un intermediario entre el productor y el consumidor final, la empresa tiene mayores gastos. Ya que sus costos se incrementan dependiendo a la cantidad de intermediarios que existan hasta llegar al consumidor final.

2.2.5.1.3. Canales de distribución indirectos cortos.

En este tipo de canal de distribución el productor o fabricante, requiere de un solo intermediario para hacer llegar su producto hacia el consumidor final.

2.2.5.1.4. Canales de distribución indirectos largos.

En estos canales los productores o fabricantes, requieren de más de un intermediario para que su producto o servicio pueda llevar hasta el consumidor.

2.2.5.2. Diferentes teorías de los canales de distribución.

“Desde el punto de vista formal, un canal de marketing (también llamado canal de distribución) es una estructura de negocios de organizaciones independientes que va desde el punto de origen del producto hasta el consumidor, con el propósito de llevar los productos a su destino final de consumo.”, (Lamb, 2014)

2.2.5.2.1. Funciones de los Canales de Distribución según Lamb, Hair y McDaniel.

Las tres funciones básicas que desarrollan los intermediarios:

Funciones Transaccionales: Contacto y promoción, Negociación, Asumir riesgos

Funciones Logísticas: Distribución Física, Almacenamiento

Funciones de Facilitación: Investigación, Financiamiento

Los canales de distribución es uno de factores más importantes para la venta de plantas ornamentales, ya que los productores necesitan disponer de canales inmediatos y directos para llegar hacia el consumidor ofreciendo su más variada producción de plantas, y que el comprador no tenga que recorrer grandes distancia para poder encontrar el producto que desea y que pueda adquirirlo.

2.2.5.2.2. ¿Por qué son necesarios los canales de distribución?

Porque brindan a los fabricantes o productores y a los consumidores o usuarios, los beneficios de lugar y tiempo. El beneficio de lugar se refiere al hecho de llevar y poner un producto o servicio cerca del consumidor o usuario para que no tenga que recorrer grandes distancias para obtenerlo y de esta manera satisfacer sus deseos o necesidades.

2.2.6. Redes de comercialización.

2.2.6.1. La red de comercialización de la fresa en Michoacán, México una mirada estructural.

Principales conclusiones y propuestas:

- ✓ Incluir a los actores centrales de la red de comercialización, como sujetos de las políticas públicas.
- ✓ Fomentar el desarrollo de las redes de proveedores que incluyan a los pequeños y medianos productores.
- ✓ Mejorar la participación de las empresas que constituyen el corazón de la red de comercialización de la fresa, en las organizaciones estatales y nacionales del sistema producto.
- ✓ Reconocer la importancia de los comerciantes e intermediarios informales.
- ✓ Adecuar la producción de fresa a las exigencias de los mercados y de la red de comercialización.

- ✓ Fortalecer la asociatividad de los productores para participar en la red de comercialización de la fresa.
- ✓ Reconocer las dinámicas territoriales de la red de comercialización.

2.2.6.2. *Redes de comercialización en el Ecuador.*

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), a través de la coordinación de la zona 3 y la Dirección provincial Agropecuaria de Cotopaxi, conformo la red de comercialización, con el fin de fortalecer la agricultura familiar campesina y actores de la economía popular solidaria.

El objetivo de la red de comercialización es establecer la venta directa entre los pequeños productores a consumidores, para evitar la intermediación y alcanzar un precio justo.

Las redes de comercialización es una de las mejores estrategias para que los productores de plantas ornamentales pueda llegar con su producto hasta el consumidor final, libres de intermediarios y puedan alcanzar un precio justo que compense su trabajo y el proceso de producción, que se ha visto afectado durante muchos años. Lo cual con la creación del centro de acopio para la venta de plantas ornamentales, los consumidores podrán tener contacto directo con los productores y dejar de lado a los intermediarios que se han aprovechado de sus pocas estrategias de ventas.

Lograr que los productores mejoren sus ingresos, ampliar la generación de fuentes de trabajo entre los productores y sus familias, y que de esta manera mejore la calidad de vida de todos los habitantes del Recinto.

2.2.7. *Teoría de las ventas.*

El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad

fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

Para algunos, la venta es una especie de arte basada en la persuasión. Para otros es más una ciencia, basada en un enfoque metodológico, en el cual se siguen una serie de pasos hasta lograr que el cliente potencial se convenza de que el producto o servicio que se le ofrece le llevará a lograr sus objetivos en una forma económica.

Una venta involucra al menos tres actividades:

- 1) Cultivar un comprador potencial
- 2) Hacerle entender las características y ventajas del producto o servicio y
- 3) Cerrar la venta, es decir, acordar los términos y el precio.

Las ventas es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.

La relación del tema con la teoría de las ventas es que es el objetivo principal de este proyecto, buscar las vías adecuadas para alcanzar un mayor nivel de ventas de plantas ornamentales y que de esta se cumpla el propósito de maximizar las ventas y sus ganancias.

2.2.7.1. Teoría del emprendimiento según Schumpeter.

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones.

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo”. (Schumpeter, 1935)

La naturaleza de este sistema económico no permitiría un equilibrio estático ya que sería interrumpido por los esfuerzos de los emprendedores para establecer nuevas posiciones monopólicas a través de la introducción de innovaciones.

Los incentivos para estas actividades serían las ganancias o rentas monopólicas que los emprendedores recibieran.

Esta teoría del emprendimiento nos muestra que debemos siempre reformar, cambiar o revolucionar, para encontrar nuevas formas para poder competir, y poder posesionarnos en el mercado a través de las innovaciones.

Así como es lo es el objetivo de este proyecto innovar el sistema de comercialización actual que es individual, con la creación del centro de acopio, en la que participen diversos productores con un mismo fin que es el de obtener mayores ganancias.

2.3. Marco Legal.

2.3.1. Marco institucional.

2.3.1.1. El buen vivir en la constitución del Ecuador.

El Buen Vivir, más que una originalidad de la Carta Constitucional, forma parte de una larga búsqueda de modelos de vida que han impulsado particularmente los actores sociales de América Latina durante las últimas décadas, como parte de sus reivindicaciones frente al modelo económico neoliberal. En el caso ecuatoriano, dichas reivindicaciones fueron reconocidas e incorporadas en la Constitución, convirtiéndose entonces en los principios y orientaciones del nuevo pacto social.

No obstante, el Buen Vivir es una apuesta de cambio que se construye continuamente desde esas reivindicaciones por reforzar la necesidad de una visión más amplia, la cual supere los estrechos márgenes cuantitativos del economicismo, que permita la aplicación de un nuevo modelo económico cuyo fin no se concentre en los procesos de acumulación material, mecanicista e interminable de bienes, sino que promueva un modelo económico incluyente; es decir, que incorpore a los procesos de acumulación y re-distribución, a los actores que

históricamente han sido excluidos de las lógicas del mercado capitalista, así como a aquellas formas de producción y reproducción que se fundamentan en principios diferentes a dicha lógica de mercado.

Asimismo, el Buen Vivir, se construye desde las posiciones que reivindican la revisión y reinterpretación de la relación entre la naturaleza y los seres humanos, es decir, desde el tránsito del actual antropocentrismo al biopluralismo (Guimaraes en Acosta, 2009), en tanto la actividad humana realiza un uso de los recursos naturales adaptado a la generación (regeneración) natural de los mismos.

Finalmente, el Buen Vivir se construye también desde las reivindicaciones por la igualdad, y la justicia social (productiva y distributiva), y desde el reconocimiento y la valoración de los pueblos y de sus culturas, saberes y modos de vida. La Constitución ecuatoriana hace hincapié en el goce de los derechos como condición del Buen Vivir y en el ejercicio de las responsabilidades en el marco de la interculturalidad y de la convivencia armónica con la naturaleza (Constitución de la República del Ecuador, Art.275). (PNBV, 2009).

2.3.1.2. *Ministerio de relaciones laborales.*

“Alcanzar el buen vivir, impulsando el empleo digno e inclusivo que garantice la estabilidad y armonía en las relaciones laborales.” (MRL, Ministerio de Relaciones Laborales)

2.3.1.2.1. *Misión.*

Tiene como misión ejercer la rectoría de las políticas laborales, fomentar la vinculación entre oferta y demanda laboral, proteger los derechos fundamentales del trabajador y trabajadora, y ser el ente rector de la administración del desarrollo institucional, de la gestión del talento humano y de las remuneraciones del Sector Público.

2.3.1.2.2. *Visión.*

El ministerio de relaciones Laborales será una institución moderna, de reconocido prestigio y credibilidad, líder y rectora del desarrollo organizacional y las relaciones laborales, constituyéndose en referente válido de la Gestión Pública, técnica y transparente por los servicios de calidad que presta a sus usuarios.

2.3.1.2.3. Valores.

- ✓ Calidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Atención de calidad
- ✓ Ética
- ✓ Honestidad
- ✓ Transparencia

2.3.1.3. Reforma Agraria del Ecuador.

Mediante el decreto supremo N°. **3289**, publicado en el registro oficial N°. 792 del 15 de Marzo de 1979, se expidió la Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario.

Estimular y proteger la actividad agropecuaria mediante la creación de condiciones para incrementar las inversiones en el sector, utilizar eficientemente sus recursos productivos y generar ingresos a niveles que faciliten la reinversión, para el óptimo aprovechamiento de potencial productivo nacional;

Incrementar la producción y la productividad del sector agropecuario, en forma acelerada y continua, para satisfacer las necesidades de alimentos de la población ecuatoriana, producir excedentes exportables y abastecer de materias primas a la industria nacional;

Promover la organización de los productores agropecuarios en formas asociativas, tanto de producción como de prestación de servicios, para que utilicen y combinen óptimamente su trabajo con los recursos a su disposición e incrementar sus niveles de ingreso;

Obtener el mejor aprovechamiento de la tierra, con técnicas cada vez más eficientes y que permitan una equitativa distribución del ingreso, para facilitar la incorporación económica y social del campesino ecuatoriano; y

Ampliar las oportunidades de promoción y participación de los grupos humanos cuyo ingreso actual no les permite disponer de los recursos para su adecuado bienestar. (HORA)

2.3.1.3.1. Beneficiarios.

Tendrán derecho a acogerse a los beneficios de esta Ley, las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la producción agropecuaria o a la prestación de servicios destinados a dicha producción. Sin embargo, el Estado dará atención prioritaria a las personas jurídicas conformadas por pequeños productores agropecuarios, Cooperativas agropecuarias, Comunas, Asociaciones de pequeños productores agropecuarios, Organismos de integración cooperativa y otras formas de asociativas legales de pequeños productores agropecuarios, que exploten directamente la unidad de producción, con utilización permanente de mano de obra familiar o asociativa.

2.3.1.4. Políticas de Estado para el Sector Agropecuario.

En el Decreto Ejecutivo 1419 del Registro Oficial 281 del 31 de mayo del 2006. Es necesario adoptar las políticas de Estado para el sector agropecuario del Ecuador, de acuerdo con los objetivos de desarrollo nacional enunciados en la Constitución Política de la República del Ecuador y en la Ley de Desarrollo Agrario vigente;

El carácter estratégico de la agricultura requiere de atención prioritaria por parte del Estado para preservar y garantizar la seguridad y soberanía alimentaria y de igual forma con la generación de empleo;

El marco de la globalización y las negociaciones comerciales en las que se encuentra participando el Ecuador, se requiere de la urgente elaboración de políticas y estrategias que permitan ir a un proceso ordenado y gradual, que contribuya al fortalecimiento del sector y la competitividad de productos con alto valor agregado, acorde con los nuevos retos y condiciones de los compromisos internacionales adquiridos por el Ecuador;

Han existido importantes iniciativas desde diferentes espacios de diálogo y foros, encaminadas a definir lineamientos de políticas para el desarrollo de la agricultura, las mismas que, por encargo del Ministerio de Agricultura y Ganadería, han sido sistematizadas por la Comisión Interinstitucional, creada mediante Acuerdo Ministerial No. 043 de febrero del 2006, en el documento "Políticas de Estado para el Sector Agropecuario Ecuatoriano 2006-2016", que es el resultado del aporte y del consenso de los distintos actores comprometidos con el desarrollo del sector.

2.3.1.5. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (MAGAP)

El Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca, es la Institución Rectora Multisectorial, para regular, normar, facilitar, controlar y evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país; promoviendo acciones que permitan el desarrollo rural y el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector impulsando el desarrollo de productores, en particular representados por la agricultura familiar campesina, manteniendo el incentivo a las actividades en general.

Para el 2020 el Ministerio Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca contará con un modelo de gestión de Calidad basado en sistemas de Información y comunicación. Y posibiliten la producción de bienes y servicios que garanticen la seguridad alimentaria del país, el crecimiento y desarrollo equitativo, generando valor agregado con rentabilidad económica, equidad social, sostenibilidad ambiental e identidad cultural.

2.3.1.5.1. Objetivos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

- ✓ Fortalecer la institucionalidad del Sector Público de agro, para que sea un factor coadyuvante al desarrollo de la competitividad, sostenible y equidad de los recursos productivos.
- ✓ Mejorar las condiciones de vida de los agricultores y comunidades rurales mediante estrategias de: inclusión social de los pequeños y medianos productores; vinculación al mercado nacional e internacional; y, de acceso a los beneficios del desarrollo de los servicios e infraestructura.
- ✓ Elevar la competitividad del agro, a través del desarrollo productivo con un Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), fortalecido administrativa y técnicamente, para alcanzar con altos estándares de productividad, bajos costos unitarios y calidad, que garanticen la presencia estable y creciente de la producción del agro en los mercados internos y externos.
- ✓ Establecer un sistema de seguimiento y evaluación a la gestión del agro, que garantice la soberanía alimentaria y su desarrollo.
- ✓ Impulsar la modernización del agro, orientado a la reactivación productiva, en función de la demanda y con énfasis en la calidad, diferenciación y generación de valor agregado orientado a su desarrollo sustentable.
- ✓ Desarrollar factores productivos, que proporcionen condiciones humanas, naturales y materiales en las cuales se sustente la producción competitiva, a través

de mesas de concertación, con el enfoque de cadenas agroalimentarias que consoliden y modernicen al agro.

- ✓ Actualizar permanentemente el marco jurídico institucional y sectorial de acuerdo al entorno cambiante, para que constituyan instrumentos jurídicos y que aporten soluciones oportunas, dentro de la perspectiva del desarrollo sustentable.
- ✓ Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional con Entidades adscritas y otras relacionadas con el agro, para planificación, ejecución y evaluación de políticas, planes.
- ✓ Programas y proyectos que permitan mejorar la prestación de servicios, fortaleciéndolos espacios de dialogo entre el sector público y privado a nivel nacional, zonal y local.

2.3.1.5.2. Políticas de Estado para el Sector Agropecuario.

Las políticas de Estado para el sector agropecuario son doce:

1. Fortalecimiento de la Institucionalidad del Sector Público y Privado.
2. Desarrollo de Agroindustria, Mercados y Sistemas de Comercialización Internos y Externos.
3. Desarrollo integral de las nacionalidades indígenas, pueblos montubios, afro ecuatoriano y agricultores en general.
4. Asociatividad en Cadenas y Territorios.
5. Normativa y Sistemas de Sanidad e inocuidad agropecuaria.
6. Financiamiento, inversión y uso de seguros para el sector agropecuario.
7. Producción y Mercados: difusión de información.
8. Investigación, transferencia de tecnología y capacitación al recurso humano.
9. Manejo y conservación de los recursos naturales.
10. Titulación y regulación de tierras.
11. Cooperación Internacional para el desarrollo del sector agropecuario.
12. Apoyo a productos sensibles del sector agropecuario.

Las políticas apuntan a que el productor obtenga mayores ingresos económicos, sea más competitivo y mejore sus condiciones de vida.

2.3.1.6. Agencia ecuatoriana de aseguramiento de calidad del agro (AGROCALIDAD).

Autoridad Nacional Sanitaria, fitosanitarias y de Inocuidad de los Alimentos, que se encarga en la definición y ejecución de políticas, regulación y control de las actividades productivas del agro nacional.

La cual es respaldada por normas nacionales e internacionales, que apuntan a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria, implantación de prácticas de inocuidad alimentaria, el control de la calidad de los insumos, el apoyo a la preservación de la Salud Pública y el Ambiente, incorporando al sector privado y otros actores en la ejecución de planes, programas y proyectos.

Agro calidad promueve en las diversas cadenas de producción agropecuaria y procesos sustentados en Sistemas de Gestión de Calidad, a fin de mejorar la producción, productividad y garantizar la Soberanía Alimentaria, para lograr la satisfacción de los requerimientos nacionales y el desarrollo de la competitividad internacional. Agro calidad otorga la Certificación Orgánica, mediante la aplicación de la Normativa Nacional.

Agro calidad también Registra, Controla y Supervisa a los operadores de la Cadena de Producción Orgánica Agropecuaria en el Ecuador, con el objetivo de garantizar su categoría como productores, procesadores y/o comercializadores de productores orgánicos certificados.

Además observa el desempeño técnico y administrativo de las agencias de certificación de productos orgánicos y sus inspectores. Generando confianza por parte de los consumidores de los mercados nacionales e internacionales. Tiene por objetivo contribuir en la transformación de la matriz productiva por el Gobierno Nacional.

Agrocalidad entidad adscrita al MAGAP, que trabaja para proyectar al Ecuador y sus productos hacia el mercado internacional, a través de la implementación de proyectos

- Proyecto Nacional de Manejo de Moscas de la Fruta.
- Proyecto para la Erradicación de la Fiebre Aftosa.
- El Plan y Programa de Vigilancia y Control de Residuos de Plaguicidas en Productos agrícolas.

Estos proyectos contribuirán a la apertura de nuevos mercados y a mantener a los que actualmente se está exportando, incrementando la confianza en la calidad de los productos. Agrocalidad apoya el cuidado de la salud de los ecuatorianos al asegurar la calidad e inocuidad de los productos en nuestro país.

2.3.1.6.1. Control Fitosanitario en Plantas Ornamentales.

En el registro oficial N°. 332 El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, mediante el acuerdo N°.390.

Aprueba el Programa de Certificación Fitosanitaria de Ornamentales de Exportación (PCFOE), que consta en el anexo uno y que forma parte del acuerdo, el cual establece procedimientos que debe cumplir toda persona natural o jurídica que se dedica a la producción, exportación, importación y comercialización de productos de plantas ornamentales, material de propagación y artículos reglamentados de especies de plantas ornamentales.

La Organización Mundial de Comercio (OMC). El Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (AMSFC), establece que los miembros tienen derecho a adoptar las medidas sanitarias y fitosanitarias necesarias para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar a los vegetales.

En cada país existe el Órgano Estatal de Control que tiene la responsabilidad de velar por la sanidad agropecuaria del país, mediante acciones de prevención, control, supervisión, supresión, erradicación y manejo de las plagas de los vegetales y enfermedades de los animales.

El Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA), aplica las medidas fitosanitarias para garantizar la calidad fitosanitaria de los productos agrícolas ecuatorianos exportados, en amparo de las leyes de sanidad vegetal, norma andina y sus respectivos reglamentos.

En el Art.11 de la Ley para Promoción de la Inversión y la Participación Ciudadana, publicada en el Suplemento del registro Oficial N°. 144 del 18 de Agosto del 2000, faculta a las Instituciones del Estado, establecer el pago por los servicios de control, inspecciones,

autorizaciones, permisos, licencias u otros de similar naturaleza a fin de recuperar los costos en los que incurrieren para este propósito; y, su reforma introducida mediante Resolución N°.039-2002-TC, publicada en el Registro Oficial N°. 130 del 22 de Julio del 2003.

El 13 de Septiembre del 2007 el Consejo Consultivo de la Floricultura, aceptaron y aprobaron el Programa de Certificación Fitosanitaria de Ornamentales de Exportación propuesto por el MAGAP a través del SESA.

2.4. MARCO CONCEPTUAL.

2.4.1. Plantas ornamentales.

Una planta ornamental es aquella que se cultiva y se comercializa con propósitos decorativos por sus características estéticas, como las flores, la textura de su follaje, frutos o tallos en jardines y diseños paisajísticos.

Las Plantas ornamentales se han utilizado desde tiempos antiguos por los seres humanos para la decoración o adorno de las viviendas, calles, etc., y de todos aquellos lugares que por diversos motivos religiosos, festivos o históricos, debían ser engalanados.

Entre las plantas ornamentales se pueden distinguir las especies de exterior, que se utilizan para decorar ambientes externos como jardines, patios o parques, etc. Y las especies de interior que se utilizan para la decoración de espacios interiores como los hogares, oficinas.

Las especies de exterior pueden mantenerse al aire libre todo el año, mientras que las plantas de interior no son capaces, salvo en algunas zonas con clima suave, de sobrevivir al aire libre ya que no soportan las bajas temperaturas.

2.4.1.1. Plantas de exterior.

Esta clase de plantas ornamentales son resistentes a altas temperaturas y necesitan una exposición directa a la luz. Algunas variedades de plantas que se utilizan para decorar ambientes externos ideales para jardines.

Bouganville (veranera)

Rosas

Estrella de Panamá	Crotos
Durantas	Isora
Palma Fenixe	Nevadas
Palma cica	Helechos
Palma Roja	Peregrinas
Palma azul	Sauces
Ficus	

2.4.1.2. Plantas de interior.

Esta clase de plantas deben recibir poca cantidad de luz solar al día. Estas plantas no suelen destacar precisamente por la vistosidad de sus flores o frutos, sino más bien por la belleza del porte o por la forma de sus hojas, siempre verdes. También pueden ser cultivadas en macetas colgantes como muchos helechos.

Las variedades de interior pueden ser ubicadas dentro de viviendas, centros comerciales, oficinas y en cualquier otro lugar que requiera de estas, para armonizar estos lugares. Existen muchas variedades de interior:

Adenium obesum (Rosa desierto)	Begonia rex (Begonia)
Anthurium andreanum (Anturio)	Calathea crocata (Calatea)
Aphelandra squarrosa (afelandra)	Dieffenbachia maculata
Asparagus desinflorus	Dracaena fragans (Dracaena)
Azalea japónican (Azalea)	Fittonia versachaffeltii
Begonia elatior (Begonia de flor)	Maranta leuconeura

2.4.2. Principales países exportadores de plantas ornamentales.

Las plantas ornamentales en los últimos años se han convertido en un producto atractivo para la comercialización en el exterior.

Costa Rica.- Es uno de los países exportadores de plantas ornamentales, aunque su producción se ha visto afectada en estos últimos años.

El Salvador.- Es el segundo país centroamericano que más exporta este producto.

Ecuador.- Es considerado como el país que posee las mejores rosas del mundo, por su calidad y belleza inigualables y de características únicas: tallos gruesos y de gran extensión, botones grandes y colores vivos. Entre las variedades que se producen para exportar tenemos: Rosas, Gerberas, Gypsophilias, Aster, Hypericum, claveles. Los mayores centros de producción de flores están ubicados en sitios que alcanzan los 2,000 metros sobre el nivel del mar. (MRCEI)

En la actualidad existen más de 2,500 hectáreas de terreno cultivadas de flores, lo que permite que exista una disponibilidad para la exportación durante todo el año.

Tabla No. 01.
Evolución de las Exportaciones.

Años	Millones USD	Miles de Toneladas
2007	473	91
2008	559	107
2009	549	101
2010	611	106
2011	679	118
2012	740	121

Fuente: PRO ECUADOR.
Elaborado: Autora de la tesis.

2.4.3. Principales países compradores de flores ecuatorianas.

Los principales mercados compradores de flores ecuatorianas son Estados Unidos, Rusia, Los Países Bajos, Canadá, Italia, Ucrania y España. (PROECU).

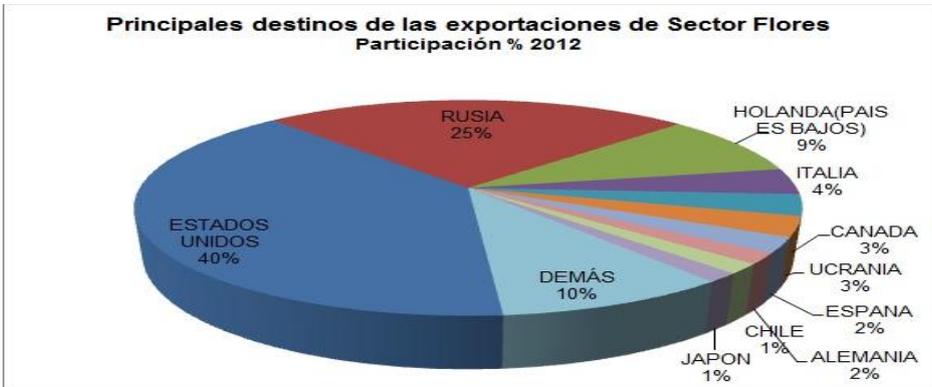


Gráfico No. 1. Principales destinos de las exportaciones de Sector Flores Participación % 2012.

Fuente: PRO ECUADOR
Elaborado: Autora de la tesis.

2.4.4. Principales ciudades que se producen plantas ornamentales en Ecuador.

2.4.4.1. Quito – Parroquia Nayón.

En la parroquia de Nayón ubicada a 10 minutos de la Ciudad de Quito, Capital del Ecuador. Esta parroquia es conocida como el "**Jardín de Quito**" por la variedad de plantas ornamentales que allí se producen y que adornan a la ciudad de Quito.

La mayoría de sus pobladores se dedican a la actividad del cultivo y comercialización de plantas ornamentales.

Entre las principales variedades que producen son:

Flora Silvestre.- Paico, ortiga, ortiguilla, hierba mora, casamarucha, ubilla, verbena, yerba buena, llantén, berros, chamico, fresa, hierba luisa, bledo, funfún, chamba, pactos, ñacha, purga, tinglín, canayuyo, trinitaria, hierba de perro, chimbaio, uña de gato.

Arbustos.- Saúco, marco, chilca, cholán, chámamo, quijar, algarrobo, campeche, lechero, kujaco. Casco chichavo, higuierilla, eucalipto, mucuchaglla, floripondio, ciprés, tilo.

Vistosas.- Rosas, azucena, lirio, geranio, dalia, violeta, margarita, crisantemo, pensamiento, cosmo, estrella de Panamá, buganvilla, magnolia.

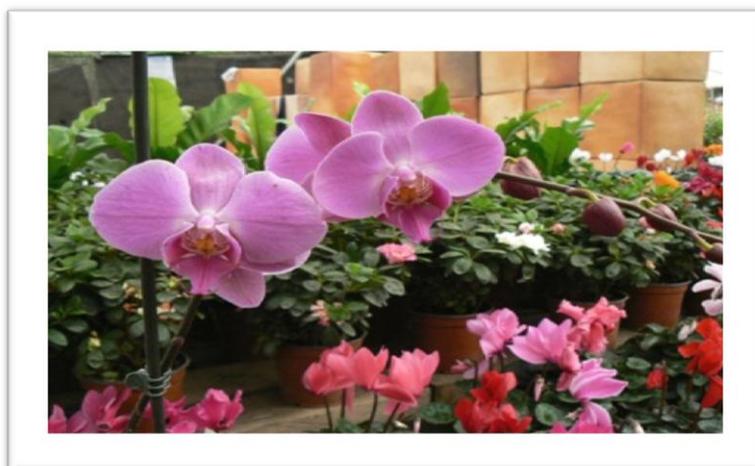


Figura No. 1 Vistosas (orquídeas).

Fuente: Wikipedia.

Medicinales.- Manzanilla, violeta, borraja, malva, escarzonera, toronjil, orégano, escancel, mastuerzo, canchalagua, berro, ortiga, clavel, yerba luisa, menta, verbena.



Figura No. 2 Medicinales (Manzanilla).
Fuente: Wikipedia

Frutales.- Naranja dulce y agrio, capulí, durazno, guayaba, limo, chirimoya, aguacate, tomate, granada, míspero, poma-rosa, guaba, cidra.

2.4.5. Milagro – Recinto Linderos de Venecia.

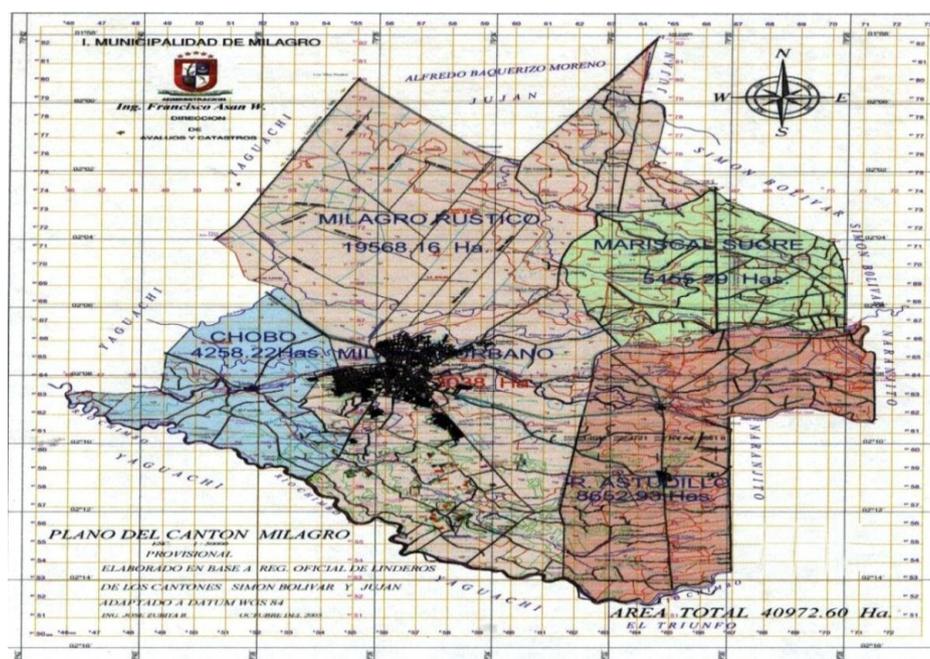


Figura No. 3 Mapa de la Ciudad de Milagro.
Fuente: Wikipedia

Milagro se encuentra ubicada a 45 kilómetros de Guayaquil. Es una de las ciudades de mayor progreso en la provincia, debido a su intensidad comercial y el desarrollo de su industria agro productiva.

Dada las bondades de su clima, existen una gran cantidad de viveros en donde se cultivan una amplia variedad de plantas ornamentales. Los viveros se encuentran en la carretera Milagro-Naranjito. Ciudad que se promociona como “**Jardín Tropical**”.

Los habitantes de este sector poseen grandes hectáreas de tierras que son muy productivas por lo que aún se dedican a las diferentes actividades agrícolas, como la siembra de caña de azúcar y que se la procesa en la misma ciudad, del cual se obtiene el producto terminado.

Así como la siembra de cacao nacional y de otras variedades que existen en actualidad y que son muy bien acogidas en el mercado internacional, por su calidad es y textura, y esto se debe al clima y al suelo del sector.

De igual manera el banano que se cosecha en estos sectores son de excelente calidad, e incluso se cosechan hectáreas de banano orgánico libre de químicos, obteniendo un gran valor en el mercado internacional.

En el Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro, se dieron los primeros viveros de plantas ornamentales desde hace aproximadamente 30 años, los primeros habitantes de este Recinto se dedicaron a la siembra y reproducción de ciertas especies de plantas, y que con el paso de los años han logrado reproducir nuevas variedades, que son traídas desde Colombia, y que se suman a la gran variedad de plantas que ellos poseen.

Estas variedades han tenido gran acogida en la actualidad ya sea por sus colores, formas y tamaños embellecen todos los lugares, brindando un ambiente natural y muy acogedor.

Este tipo de plantas han sido utilizadas en la regeneración urbana de la ciudad de Guayaquil y demás ciudades del país.

2.4.5.1. Población del Recinto Linderos De Venecia

La población en estudio del Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro, mediante visitas al sector se determinó la siguiente información:

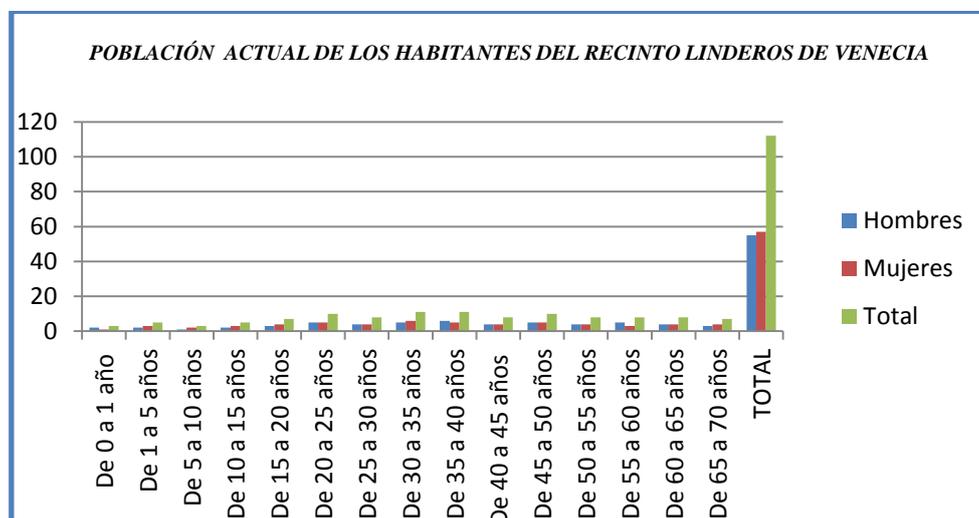


Gráfico No.02. Población Actual de los habitantes del Recinto Linderos de Venecia.

Fuente: Visitas a los Viveros del Recinto Linderos de Venecia.

Elaborado: Autora de la tesis.

Tabla No. 02

Población del Recinto Linderos de Venecia.

No.	Población por edades	Hombres	Mujeres	Total
1	De 0 a 1 año	2	1	3
2	De 1 a 5 años	2	3	5
3	De 5 a 10 años	1	2	3
4	De 10 a 15 años	2	3	5
5	De 15 a 20 años	3	4	7
6	De 20 a 25 años	5	5	10
7	De 25 a 30 años	4	4	8
8	De 30 a 35 años	5	6	11
9	De 35 a 40 años	6	5	11
10	De 40 a 45 años	4	4	8
11	De 45 a 50 años	5	5	10
12	De 50 a 55 años	4	4	8
13	De 55 a 60 años	5	3	8
14	De 60 a 65 años	4	4	8
15	De 65 a 70 años	3	4	7
	TOTAL	55	57	112

Fuente: Visitas a los Viveros del Recinto Linderos de Venecia.

Elaborado: Autora de la tesis.

2.4.5.2. Principales variedades que se cultivan en los viveros del recinto.

Anturium (Anturios).- Es una variedad de interior, esta planta se siembra en un ambiente adecuado, es de ciclo corto, tienen colores muy vistosos como: rojos, rosados y blancos. Esta es una planta que tiene gran acogida para la decoración de oficinas, ya que sus formas y colores armonizan los ambientes.



Figura No. 1 Anturios.
Fuente: Wikipedia.

Bougainvillea (Veraneras).- Las veraneras es una planta de exterior, que requiere de mucho cuidado durante la siembra, es una planta de ciclo corto y que se la siembra en macetas apropiadas o fundas plásticas, tienen variados colores como: amarillas, moradas, blancas, rojas, rosadas, fucsias, etc. Es una de las variedades más vendidas y cotizadas en el sector.



Figura No. 2 Veraneras.
Fuente: Wikipedia.

Cordylines Rojas.- Esta es una planta de exterior, de diferentes tamaños y colores de hojas, esta es una variedad de ciclo largo.



Figura No. 3 Cordylines Rojas.

Fuente: Wikipedia.

Durantas.- Es una variedad de exterior y muy utilizada para decoraciones de parques.



Figura No. 4 Durantas.

Fuente: Wikipedia.

Peregrinas.- Es una variedad de exterior y la podemos encontrar en varios colores como: amarilla, roja, blanca, morada, rosada, fucsia.



Figura No. 5 Peregrinas.

Fuente: Wikipedia.

Palma Fénix.- Esta es una planta de exterior y se la encuentra de diferentes tamaños, y requiere de un ciclo largo para alcanzar los tamaños requeridos para su venta. Esta variedad de palma es muy cotizada en el sector.



Figura No. 6 Palma Fénix.
Fuente: Wikipedia.

Isoras enanas.- Es una variedad de exterior y para su siembra se necesitan de diferentes procesos hasta su posterior venta y se las encuentra de diferentes tamaños y colores como: rojas, amarillas, rosadas, blancas y la forma de sus hojas. (Infojardin).



Figura No. 10 Isoras Enanas.
Fuente: Wikipedia.

2.4.6. Oferta de plantas ornamentales en el recinto Linderos de Venecia.

Entre las principales variedades de plantas ornamentales que ofrecen los productores en los viveros del Recinto en estudio tenemos las siguientes con sus respectivos precios.

Tabla No. 03.
Precio de plantas ornamentales en los viveros del Recinto Linderos de Venecia.

Variedades	Precios		
	pequeñas	Medianas	grandes
Anturios	\$ 1.00	\$ 3.00	\$ 5.00
Arboles de Eritrina	\$ 5.00	\$ 10.00	\$ 20.00
Begonias	\$ 1.00	\$ 3.00	\$ 4.50
Camarones	\$ 0.80	\$ -	\$ -
Césped maní	\$ 0.20	\$ 0.30	\$ 0.50
Ciprés	\$ -	\$ 1.00	\$ 3.00
Crotos	\$ 1.00	\$ 2.00	\$ -
Ficus	\$ 1.00	\$ 2.00	\$ 2.50
Dracaenas	\$ 1.00	\$ 3.00	\$ 1.00
Durantas	\$ 0.30	\$ 0.50	\$ 3.00
Galán de la noche	\$ 1.00	\$ -	\$ 5.00
Helechos	\$ 2.00	\$ 3.00	\$ 5.00
Isoras rojas	\$ 0.80	\$ 1.00	\$ -
Isoras blancas	\$ 2.00	\$ 3.00	\$ -
Isoras Rosadas	\$ 2.00	\$ 3.50	\$ -
Isoras amarillas	\$ 1.00	\$ 1,50	\$ -
Limonos	\$ 2.00	\$ -	\$ 5.00
Laurel	\$ 1.00	\$ 2.00	\$ 3.00
Orquídea de tierra morada	\$ 0.50	\$ 1.00	\$ -
Orquídea de tierra amarilla	\$ 2.00	\$ 5.00	\$ -
Peregrinas	\$ 1.00	\$ 2.00	\$ 2.00
Plumeros	\$ 0.80	\$ 1.00	\$ 70.00
Palma Azul	\$ 35.00	\$ 50.00	\$ 15.00
Palmas de coco plumosa	\$ 5.00	\$ 10.00	\$ 150.00
Palmeras de coco	\$ 5.00	\$ 20.00	\$ 25.00
Palma roja	\$ -	\$ 80.00	\$ 3.00
Palmas Washington	\$ 1.00	\$ 2.00	\$ 5.00
Palmas Fénix	\$ 2.00	\$ 3.00	\$ 15.00
Palmas Bambú	\$ -	\$ 10.00	\$ -
Rosas	\$ 1.00	\$ -	\$ -
Sauces	\$ 1.00	\$ -	\$ -
Veraneras	\$ 1.50	\$ 2.00	\$ 5.00
Veraneras bicolor	\$ 2.00	\$ 5.00	\$ 10.00

Fuente: Visitas a los viveros del Recinto Linderos de Venecia

Elaborado: Autora de la tesis.

2.4.6.1. Demanda de plantas ornamentales por viveros.

Para determinar la demanda de Plantas Ornamentales en el Recinto en estudio, se tomó información de las cantidades de plantas vendidas durante un mes de cuatro viveros.

Tabla No. 04.
Venta del 1^{er} Vivero en el Recinto Linderos de Venecia.

Plantas	Cantidad	Precio unitario	Total
Veraneras	132	\$ 2.00	\$264,00
Plumeros rojos	165	\$ 1.00	\$165,00
Peregrinas	46	\$ 2.00	\$92,00
Palmas cicas	15	\$ 10.00	\$150,00
Palmas botellas	19	\$ 5.00	\$95,00
Ficus	23	\$ 1.00	\$23,00
Isoras rojas	77	\$ 0.80	\$61,60
Orquídea de tierra amarilla	165	\$ 2.00	\$330,00
Isoras blancas	132	\$ 2.00	\$264,00
Isoras Rosadas	110	\$ 2.00	\$220,00
Rosas	39	\$ 1.00	\$39,00
Durantas	308	\$ 0.50	\$154,00
Helechos	31	\$ 2.50	\$77,50
Total Viveros # 1			\$1.935,10

Fuente: Visitas al 1^{er} Vivero del Recinto Linderos de Venecia.

Elaborado: Autora de la tesis.

Según la información proporcionada por los propietarios del Vivero # 1 se determinó que tienen una demanda aproximada de \$1.935,10 dólares mensuales.

Tabla No. 05
Venta del 2^{do} Vivero en el Recinto Linderos de Venecia.

Plantas	Cantidad	Precio unitario	Total
Veraneras	121	\$ 2.00	\$242,00
Palmas Washington	62	\$ 1.00	\$62,00
Camarones	55	\$ 0.80	\$44,00
Césped maní	92	\$ 0.20	\$18,40
Ciprés	54	\$ 1.00	\$54,00
Plumeros	31	\$ 0.80	\$24,80
Palma Azul	17	\$ 35.00	\$595,00
Galán de la noche	46	\$ 1.00	\$46,00
Nevadas	55	\$ 1.00	\$55,00
Isoras amarillas	39	\$ 2.00	\$78,00
Isoras rojas	46	\$ 0.80	\$36,80
Yínger rosadas	23	\$ 1.00	\$23,00
Orquídeas de tierra moradas	39	\$ 1.00	\$39,00
Peregrinas	54	\$ 2.00	\$108,00
Total Viveros # 2			\$1.426,00

Fuente: Visitas al 2^{do} Vivero del Recinto Linderos de Venecia.

Elaborado: Autora de la tesis.

Según la información se determinó que el Vivero # 2 tiene una demanda mensual de \$ 1.426,00 dólares aproximadamente.

Tabla No. 06.
Venta del 3^{er} Vivero en el Recinto Linderos de Venecia.

Plantas	Cantidad	Precio unitario	Total
Isoras rojas	154	\$ 1.00	\$154,00
Palmas Washington	62	\$ 1.00	\$62,00
Peregrinas	110	\$ 2.00	\$220,00
Palmas cicas	22	\$ 5.00	\$110,00
Arboles de Eritrina	22	\$ 5.00	\$110,00
Begonias	26	\$ 1.00	\$26,00
Galán de la noche	17	\$ 1.00	\$17,00
Crotos	30	\$ 1.00	\$30,00
Camarones	55	\$ 0.80	\$44,00
Rosas	62	\$ 1.00	\$62,00
Ciprés	55	\$ 1.00	\$55,00
Plumeros rojos	39	\$ 1.00	\$39,00
Acacias	17	\$ 2.00	\$34,00
Palmas Bambú pequeñas	11	\$ 5.00	\$55,00
Total Viveros # 3			\$1.018,00

Fuente: Visitas al 3^{er} Vivero del Recinto Linderos de Venecia.

Elaborado: Autora de la tesis.

Con la información del vivero # 3 se determinó que tiene una demanda mensual de \$ 1.018,00 dólares aproximadamente en plantas.

Tabla No. 07
Venta del 4^{to} Vivero en el Recinto Linderos de Venecia.

Plantas	Cantidad	Precio unitario	Total
Veraneras	131	\$ 2.00	\$262,00
Crotos	94	\$ 1.00	\$94,00
Peregrinas	28	\$ 2.00	\$56,00
Sauces	127	\$ 1.00	\$127,00
Washington	19	\$ 2.00	\$38,00
Helechos	55	\$ 2.00	\$110,00
Limonos injertos	50	\$ 2.00	\$100,00
Palmas Fénix	33	\$ 5.00	\$165,00
Chifleras amarillas	28	\$ 2.00	\$56,00
Chifleras verdes grandes	17	\$ 3,00	\$17,00
Total Viveros # 4			\$1.025,00

Fuente: Visitas al 4^{to} Vivero del Recinto Linderos de Venecia.

Elaborado: Autora de la tesis.

Con la información del vivero # 4 se determinó que tiene una demanda mensual de \$ 1.025,00 mensuales aproximadamente plantas.

2.4.6.2. Demanda de plantas ornamentales en el recinto Linderos de Venecia.

Con la información obtenida de los viveros se logró determinar la siguiente demanda de plantas para el sector en estudio.

Tabla No. 08
Resumen de las Ventas de los Viveros del Recinto Linderos de Venecia.

Viveros	Ventas Mensuales	Porcentajes	Ventas Anuales
1	\$1.935,10	35,81%	\$23.221,20
2	\$1.426,00	26,39%	\$17.112,00
3	\$1.018,00	18,84%	\$12.216,00
4	\$1.025,00	18,97%	\$12.300,00
Total	\$5.404,10	100%	\$64.849,20

Fuente: Visitas a los Viveros del Recinto Linderos de Venecia.

Elaborado: Autora de la tesis.



Gráfico No.03. Resumen de Venta de los Linderos de Venecia.

Fuente: Visitas a los Viveros del Recinto Linderos de Venecia.

Elaborado: Autora de la tesis.

De acuerdo a la información obtenida de los cuatro Viveros en estudio para determinar la demanda mensual del sector nos dio una demanda mensual de \$ 1.351,03 dólares aproximadamente

2.4.6.3. Posibles compradores de plantas ornamentales en el sector.

Entre los posibles compradores potenciales de plantas ornamentales tenemos los siguientes como:

- ✓ La Prefectura del Guayas.
- ✓ Municipalidad de Guayaquil.
- ✓ Municipalidad de Manta.
- ✓ Municipalidad del Azuay.
- ✓ Municipalidad de Santa Elena.
- ✓ Municipalidad de los Ríos.
- ✓ Municipalidad del Oro.
- ✓ Cadenas Hoteleras.
- ✓ Fundación Malecón 2000.
- ✓ Urbanizaciones.
- ✓ Regeneración Urbana.
- ✓ Turistas

CAPÍTULO III

Metodología de la investigación

3.1. Métodos de investigación.

3.1.1. La metodología de investigación.

Se define como la serie de pasos que nos conducen a la búsqueda de conocimientos mediante la aplicación de métodos y técnicas.

En esta investigación se utilizara la Metodología Cualí-cuantitativa que se basa en la recolección de datos de los productores de plantas ornamentales del Recinto Linderos de Venecia, con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan los protagonistas.

3.1.1.1. Investigación participativa.

Actividad que combina la forma de interrelacionar la investigación y las acciones en un determinado campo seleccionado por el investigador, con la participación de los sujetos investigados. Este tipo de investigación tiene como objetivo la búsqueda de cambios en el Recinto Linderos de Venecia, que mejore las condiciones de vida de sus habitantes.

3.1.1.2. Método inductivo.

La palabra inductivo viene del verbo inducir. La inducción va de lo particular a lo general. Este método establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de los hechos.

Y crea leyes a partir de la observación y experimentación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado.

En este proyecto se utilizará el método Inductivo ya que este es un proceso de conocimiento que se inicia por la observación del Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro.

3.1.1.3. Método de observación directa.

La observación consiste en seleccionar aquello que queremos analizar. Esta observación me permite la descripción y explicación del comportamiento, luego de obtener datos confiables de las conductas de los individuos identificados.

Con la aplicación de este método nos permite percibir ciertos rasgos existentes en el Recinto Linderos de Venecia, que me permitan determinar y esclarecer el comportamiento de los productores de plantas ornamentales.

3.2. Población y muestra.

3.2.1. Población.

La población en estudio del Recinto Linderos de Venecia, mediante visitas realizadas al sector el día 4 y 5 de Abril del año 2014 y con un riguroso control en las viviendas se determinó que existen 55 personas de sexo masculino que va desde un día de nacido hasta 85 años de edad y 57 personas de sexo femenino de igual manera diferentes edades, y dando como resultado que el Recinto está conformado por 112 personas. Y se logró determinar es que en el recinto existe un considerable porcentaje de la población que se encuentra en edades económicamente activas. Y que estas familias se han dedicado a las labores agrícolas como la siembra y reproducción de plantas ornamentales, y han hecho de esta actividad su fuente de ingresos desde sus inicios en el Recinto.

3.2.1.1. Muestra.

La muestra realizada a las 15 familias Productores de plantas ornamentales y dueños de los viveros establecidos en el Recinto Linderos de Venecia.

Formula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n= 112 habitantes del Recinto

p=95% = 0,95

$$q=5\% = 0,05$$

Z= nivel de confianza del 95% equivalente al (1,96)

$$d= 0,05$$

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{112 \cdot (1,96) \cdot (0,95)(0,5)}{(0,05)^2 \cdot (112 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,95)(0,5)}$$

$$n = \frac{112 \cdot (3,8416) \cdot (0,475)}{(0,0025) \cdot (111) + (3,8416) \cdot (0,475)}$$

$$n = \frac{204,37312}{0,2775 + 1,82476}$$

$$n = \frac{204,37312}{2,10226}$$

$$n = 97,21$$

Aplicada la ecuación para determinar la muestra para la población nos dio como resultado una muestra de 97,21, lo cual equivale a 97 personas que van hacer encuestadas.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.3.1. Técnica.

Conjunto de instrumentos y medios a través del cual se efectúa el método. La técnica es indispensable en el proceso de investigación científica, ya que integra la estructura por medio del cual se organiza la investigación.

Las técnicas que se utilizaran en esta investigación son la observación, entrevista, y encuestas realizadas en el Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro, a los productores de plantas ornamentales y de esta manera determinar el problema y dar soluciones viables.

3.3.1.1. *La observación.*

Proceso por el cual la función principal es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. Mediante la observación en el Recinto Linderos de Venecia, se pudo determinar que en este lugar existen grandes extensiones de terrenos y plantaciones que podrían explotados y muy bien utilizados por los Productores, ya que en este sector el suelo es muy productivo y que el clima los favorece, y que con un correcto plan y con la accesoria técnica adecuada, podrían enfrentar la gran demanda existente, que se ha dado en la actualidad.

3.3.1.2. *Encuesta.*

Técnica de recogida de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso.

De acuerdo a esta técnica se realizaron las siguientes preguntas que están dirigidas a los productores, y de esta manera poder determinar la situación actual de los productores y que nos permita encontrar una solución viable para mejorar sus condiciones de vida.

3.4. *Recursos, fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos.*

3.4.1. *Recursos.*

3.4.1.1. *Recursos fungibles.*

Todos aquellos recursos se usan en el proceso de investigación, y que fueron utilizados en las entrevistas y encuestas a los productores como hojas, tinta, esferográficos, etc.

3.4.1.2. *Recursos permanentes.*

Recursos permanentes que se utilizaron en la encuesta del sector para la recolección de información en el Recinto en estudio, tales como: terrenos, vehículos, etc.

Todos estos recursos fueron empleados para la recolección de información, y de esta manera conocer los diferentes problemas del sector en estudio, y proponer posibles soluciones.

3.4.2. Fuentes.

Para el presente trabajo de investigación se tomó como fuente de información al Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro, ubicado en el Kilómetro 5 ½ de la vía Milagro-Naranjito, donde se encuentran ubicados los diferentes viveros de plantas ornamentales.

3.4.3. Cronograma.

En el siguiente cuadro se muestra el cronograma se presentan las diferentes actividades necesarias, para la creación de un centro de acopio de plantas ornamentales en el Recinto Linderos de Venecia.

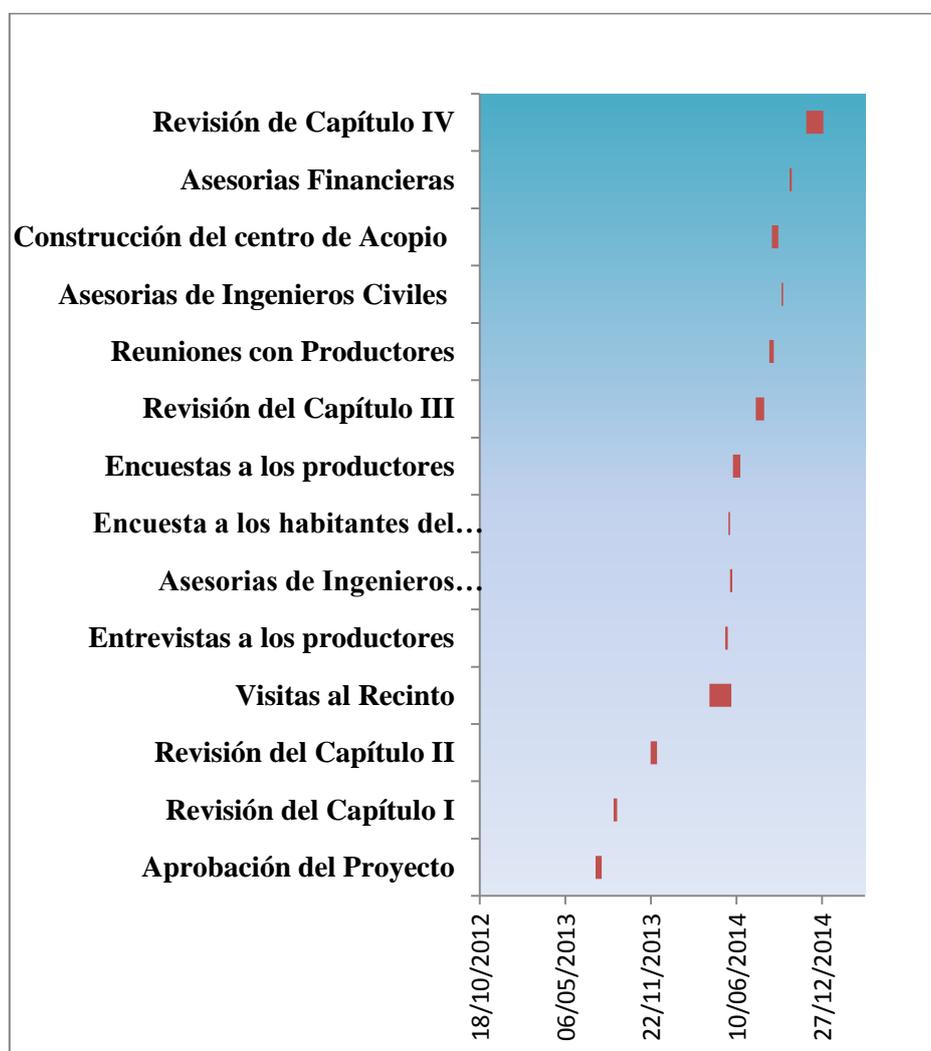


Gráfico No.04. Cronograma del Proyecto.

Fuente: Actividades realizadas para el proyecto.

Elaborado: Autora de la tesis

3.4.4. Presupuesto para la recolección de datos.

En el siguiente cuadro se presenta el presupuesto referencial para la recolección de datos en el Recinto Linderos de Venecia.

Tabla No. 09.
Presupuesto para la recolección de datos en el Recinto Linderos de Venecia.

ACTIVIDADES	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Costo de transporte por visitas al Recinto.	45	\$ 25,00	\$ 1.125,00
Horas de Internet utilizadas en buscar información de las plantas	60	\$ 10,00	\$ 600,00
Días de Asesorías y capacitación sobre plantas ornamentales.	20	\$ 35,00	\$ 700,00
Costo por impresiones de hojas para las encuestas a los productores del Recinto	1570	\$ 0,15	\$ 235,50
Costo por Refrigerios consumidos en las diferentes actividades en el Recinto.	50	\$ 5,00	\$ 250,00
Costo por llamadas telefónicas y demás.	80	\$ 3,00	\$ 240,00
TOTAL			\$ 3.150,50

Fuente: Visitas a los Viveros del Recinto Linderos de Venecia.

Elaborado: Autora de la tesis

3.5. Tratamiento a la información- procesamiento y análisis.

Dirigida los Productores de Plantas Ornamentales del Recinto Linderos de Venecia.

Pregunta No. 1

¿Cuántos años tienen en el negocio de siembra y reproducción de Plantas Ornamentales?

Tabla No. 10.
Años en el negocio de siembra y reproducción.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 años	25	26%
5 a 10 años	30	31%
10 a 15 años	18	18%
20 años en adelante	24	25%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

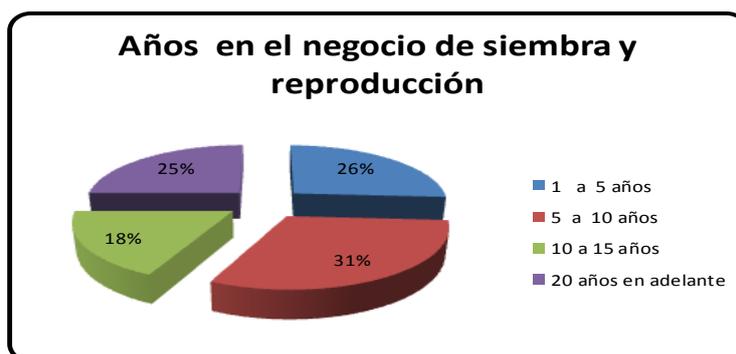


Gráfico No.05. Años en el negocio de siembra y reproducción.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

El Tabla No. 10, se demuestra los años de actividad en el negocio de siembra y reproducción de las plantas ornamentales; de los 97 productores encuestados, el 26% de ellos respondieron que se dedican de entre 1 a 5 años a la actividad de siembra y reproducción de plantas ornamentales, mientras que el 31% va de entre 5 a 10 años, seguido por el 23% representa a los primeros productores que se dieron en el lugar ya que ellos se establecieron desde 10 a 15 años y finalmente un 25% a productores que tienen en el negocio desde más de 20 años.

Pregunta No. 2

¿Cómo considera usted su actual sistema de ventas?

Tabla No. 11.
Apreciación del sistema actual de ventas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	34	35%
Regular	43	44%
Deficiente	20	21%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.



Gráfico No.06. Apreciación del sistema actual de ventas.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla No. 11, del total de productores encuestados el 35% de ellos manifiesta que el sistema de ventas que tienen actualmente es Regular, y demuestran que no existe una completa satisfacción, y el 44% de ellos consideran que es bueno ya que han logrado mantenerse, y el 21% opinaron que es un sistema deficiente ya que necesitan de la intervención de los intermediarios para poder vender y eso los pone en desventajas.

Pregunta N°. 3

¿Cree usted que las ventas han ido decayendo estos últimos años?

Tabla No. 12.
Apreciación de la baja de las ventas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	29	30%
No	68	70%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.



Gráfico No.07. Apreciación de la baja de las ventas.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla No.12, de acuerdo a la pregunta planteada el 30% de los productores de plantas ornamentales afirman que sí han decaído las ventas en estos últimos años, debido a diferentes factores, y tan solo un 70% de ellos manifestaron que en sus viveros no han decaído las ventas considerablemente.

Pregunta N°.4

¿En qué épocas del año bajan las ventas?

Tabla No. 13.
Apreciación de la baja de las ventas por estaciones.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Invierno	80	82%
Verano	17	18%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.



Gráfico No.08. Apreciación de la baja de las ventas por estaciones.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla No. 13, de acuerdo a la pregunta planteada el 82% de los encuestados afirman que en la época invernal disminuyen considerablemente sus ventas, y el 18% afirman que en época de verano también disminuyen las ventas por diferentes motivos.

Pregunta N°.5

¿A qué tipo de estos Factores considera usted que se deba la disminución de las ventas?

Tabla No. 14.
Factores de disminución de ventas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de infraestructura en los viveros	20	20%
Poca accesibilidad a los viveros por época invernal	25	26%
Ingreso de intermediarios	27	28%
Falta de Publicidad en el sector	25	26%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

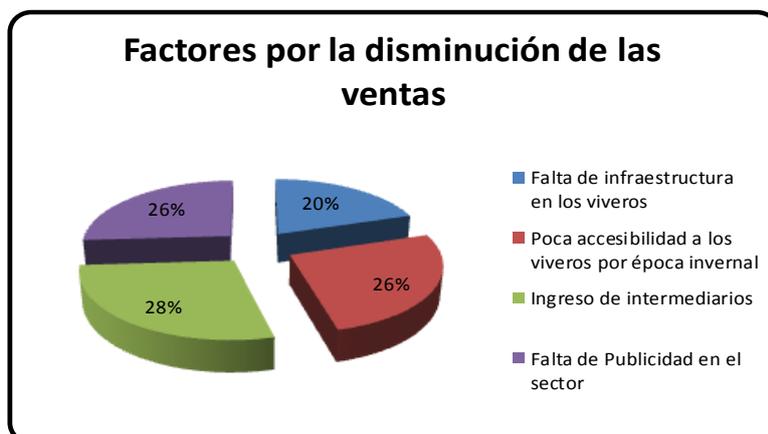


Gráfico No.09. Factores por la disminución de las ventas.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla No. 14, según la pregunta planteada el 20% de los productores afirmaron que esta disminución también se debe a la poca accesibilidad a los viveros ya que los caminos se obstruyen a causa de las lluvias, y el 28% manifestó que la reducción de las ventas se debe al ingreso de intermediarios, y el 26% manifestó que se debe a la falta de Publicidad.

Pregunta N°.6

¿Con la experiencia que usted tiene en el negocio, y con una inversión adecuada se podrían obtener las variedades y el volumen necesarios para afrontar la demanda de plantas?

Tabla No. 15.

Criterios para aumentar las ventas en base a la experiencia e inversión adecuada.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	75	77%
No	22	23%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.



Gráfico No.10. Criterios para aumentar las ventas en base a la experiencia e inversión adecuada.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla No. 15, de acuerdo a la pregunta planteada el 92% de los productores afirmaron que según los años de experiencia que poseen, que si sería posible producir cantidades y variedades necesarias para afrontar la demanda, y tan solo un 8% de los productores encuestados manifestaron que no sería posible.

Pregunta N°. 7

¿Qué tipo de variedades usted ofrece?

Tabla No. 16.

Tipos de variedades que se ofrecen.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Variedades de interior	37	38%
Variedades de exterior	60	62%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis



Gráfico No.11. Tipos de variedades que se ofrecen.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla No. 16, demuestra que el 62% de los productores encuestados manifestaron que ellos poseen más variedades de exterior ya que estas especies requieren de menos cuidados, y necesitan de menos inversión para su crecimiento y el 38% de los encuestados dio a conocer que ellos siembran variedades de interior.

Pregunta N°. 8

¿Ha recibido algún préstamo de una institución financiera para invertir en su negocio?

Tabla No. 17.

Posee algún tipo de préstamo de institución financiera.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	35	36%
NO	62	64%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.



Gráfico No.12. Posee algún tipo de préstamo de institución financiera.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla No. 17, de acuerdo a esta pregunta solo el 36% de los productores encuestados afirmaron que ha si ha recibido un préstamo de una institución financiera, y el 64% que no ha logrado ser beneficiarios de algún tipo de crédito.

Pregunta N°. 9

¿De qué tipo de institución financiera ha recibido los préstamos?

Tabla No. 18.

Tenencia de préstamo por tipo de institución financiera.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Instituciones financieras publicas	19	54%
Instituciones Financieras Privadas	16	46%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

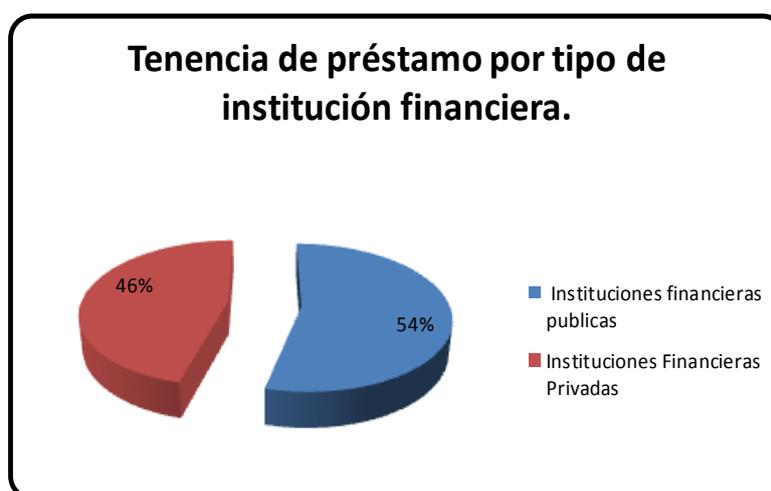


Gráfico No.13. Tenencia de préstamo por tipo de institución financiera.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla No. 18, de acuerdo a esta pregunta se determinó que el 46% de los productores recibieron el préstamo de una Institución Financiera Pública, y que el 54% la recibió de las Instituciones Financieras Privadas.

Pregunta N°. 10

¿Si tuviera la oportunidad de asociarse con otros productores los haría, para poder vender directamente?

Tabla No. 19.
Posibilidad de asociarse con otros productores.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	87	90%
NO	10	10%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.



Gráfico No.14. Posibilidad de asociarse con otros productores.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla N.19; mediante la pregunta se logró conocer que el 90% de los productores si les entusiasma la idea de poder asociarse a los demás productores y de esta manera lograr un mayor nivel de ventas, y tan solo el 10% de ellos no están muy seguros.

Pregunta N.11

¿Le gustaría participar en la creación de un centro de acopio para la distribución y venta de plantas ornamentales?

Tabla No. 20.
Implementación de un centro de acopio.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	64	98%
NO	33	2%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.



Gráfico No. 25. Implementación de un centro de acopio.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla No. 20; el 90% de los productores afirmaron que si están dispuestos a participar en la creación del centro de acopio que les permita distribuir sus plantas de una mejor manera dejando mayores beneficios y ganancias, y tan solo el 10% no estaría dispuesto a participar.

Pregunta N°.12

¿Estaría dispuesto a invertir en el centro de acopio?

Tabla No. 21.
Disponibilidad de invertir en el centro de acopio.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	85	88%
NO	12	12%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

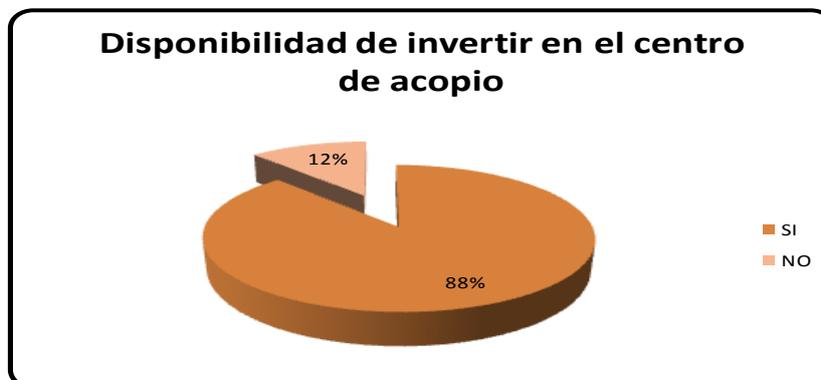


Gráfico No.16. Disponibilidad de invertir en el centro de acopio.

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

Análisis

En el Tabla No. 21, se determinó que el 88% de los productores encuestados sí están dispuestos a invertir en la creación del centro de acopio, y el 12% no se integra. Según este análisis se establece que si es viable este proyecto mediante este análisis.

3.5.1. Resultados de la encuesta

Con la información obtenida de los productores de plantas ornamentales del Recinto Linderos de Venecia, mediante la encuesta realizada muestran que el 30% de los productores afirman que las ventas han ido decayendo en estos últimos años y que esto se debe a diversos factores como el ingreso de intermediarios al negocio de venta de plantas, falta de infraestructura en los viveros en épocas de invierno, falta de publicidad en el sector y también la poca accesibilidad a los viveros en épocas de lluvias.

Un 38% de productores han recibido crédito de Instituciones Financieras, y que han utilizado esos créditos para invertir en sus negocios, ya sea para compra de materia y materiales para la siembra de plantas.

El 90% de los productores están dispuestos a asociarse para poder vender directamente al público, y de esta manera obtener mejores precios en las ventas, ya que se han visto perjudicados por los intermediarios que se han aprovechado durante muchos años.

De la misma manera también afirman que están dispuestos a participar en la creación de un centro de acopio que les facilite las ventas, y que están de acuerdo en invertir en los diferentes gastos que genere la creación del centro de Acopio.

De acuerdo a este análisis de los resultados de la encuesta se establece que este proyecto si es viable, ya se cuenta con la total predisposición de los productores para la creación del centro de acopio para la venta y distribución de plantas ornamentales

CAPÍTULO IV

La propuesta.

4.1. *Título de la propuesta.*

Análisis de los costos financieros de un centro de acopio para la comercialización de plantas ornamentales en el Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro.

4.2. *Justificación de la propuesta.*

En los últimos años las plantas ornamentales se han convertido en uno de atractivos importantes por lo que son utilizadas en todo el país, ya sea por sus formas y colores, sin embargo la comercialización de estas plantas se ha visto afectada por comerciantes intermediarios que hacen que los costos de las mismas sea excesivos para quienes desean adquirirlas.

Por este motivo este proyecto desea impulsar la comercialización directa entre el productor y consumidor, mediante la creación de un Centro de acopio en el que se comercialice estas plantas a un precio justo para los productores.

Y lograr que este centro de acopio de comercialización de plantas sea reconocido a nivel nacional, ya que de este Recinto Linderos de Venecia surgieron los primeros productores de plantas ornamentales en la ciudad.

4.3. *Objetivo general de la propuesta.*

La creación del Centro de Acopio para comercialización de plantas ornamentales que incremente las ventas y maximice las ganancias de los productores del Recinto Linderos de Venecia.

4.4. *Objetivos específicos de la propuesta.*

- ✓ Analizar las fortalezas y debilidades del sector Recinto Linderos de Venecia para la creación del centro de acopio.
- ✓ Establecer las estrategias adecuadas para la creación del centro de acopio.
- ✓ Realizar un estudio financiero para la creación del centro de acopio.

4.5. *Hipótesis de la propuesta.*

Establecer un centro de acopio entre los productores del Recinto Linderos de Venecia del Cantón Milagro para obtener mayores oportunidades para vender sus plantas ornamentales, directamente al consumidor final.

4.6. *Análisis FODA.*

Fortalezas

- Grandes extensiones de terreno y clima favorable para la siembra y reproducción de plantas ornamentales.
- Productores con mucha experiencia en la siembra.
- Disponibilidad de los Productores a participar en el proyecto.

Oportunidades

- Apoyo del Gobierno Nacional para el Sector Agrícola.
- Diseños e Instalaciones de lugares paisajísticos.
- Incremento de demanda de plantas ornamentales.

Debilidades

- Los viveros se encuentran alejados de la ciudad.
- Poca publicidad para el sector.
- Bajo nivel de asesoramiento técnico.

Amenazas

- Ingresos de Nuevos Intermediarios para la Comercialización de plantas ornamentales.
- Posibles Plagas en los sembríos.
- Incremento de precios en los insumos que se utilizan para la siembra y reproducción de plantas.

4.7. *Listado de contenidos y flujo de la propuesta.*

Los contenidos que van a formar parte de la solución, es la creación de un centro de copio, lo cual ampliara y optimizara la comercialización del sector, a su vez con las capacitaciones técnicas, en la cual los agricultores del recinto tendrán una estructura y un cronograma ordenado de siembra para asegurar el permanente abastecimiento del mismo, y se

tendrá como resultado, mejorar la calidad y nivel de vida de los habitantes del recinto linderos de Venecia.

4.8. *Desarrollo de la propuesta.*

Siguiendo con los procesos para alcanzar los objetivos planteados en la propuesta y luego de determinarse el FODA del área sujeta a estudio, se establece los siguientes puntos a tratar como plan desarrollador de la propuesta, para lo cual se citan las siguientes estrategias de implementación:

- ✓ Organización y Asociación de los habitantes del sector.
- ✓ Implementación de un Plan de Capacitación y Ayudas técnicas.
- ✓ Análisis Financiero – Económico de la aplicación de la propuesta.
- ✓ Aplicación de las estrategias para la implementación de la propuesta.

4.9. *Impacto/producto/ beneficio obtenido.*

4.9.1. *Beneficios obtenidos.*

Los beneficios van a contribuir en la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la comuna, la producción que se va a realizar se venderá todo o se almacenara en el silo para evitar que sea vendido a precios inferiores de los que están acostumbrados a comprar los intermediarios para después venderlos a precios que están en el mercado o mayores.

4.9.2. *Producto.*

El producto tiene una ventaja competitiva que por su localización, clima, infraestructura, experiencia en siembra y reproducción, se obtiene plantas ornamentales de alta calidad, las mismas que son cotizadas por la mayoría de sus potenciales y estratégicos consumidores, como se detalla anteriormente en el capítulo No. 2.

4.10. *Validación de la propuesta.*

4.10.1. *Supuestos utilizados para el cálculo.*

Se detalla a continuación los siguientes supuestos para el cálculo.

- Vida útil que se estima en el proyecto es de 5 años.

- Se considera un crecimiento de los ingresos del 8% mediante la acogida favorable de la propuesta se unirán más personas al proyecto a implementarse.
- Se considera la inflación acumulada a la fecha es del 2.70% debido a que es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.
- Se considera un incremento del 6.92% de la remuneración básica unificada de acuerdo al aumento realizado en el periodo 2013 al 2014.
- De acuerdo a las leyes en vigencia se determina que el impuesto a la participación de los trabajadores es del 15% y del impuesto a la renta es del 22%.

4.10.2. Financiamiento.

Este proyecto va a contar con el financiamiento del capital propio de los socios con una aportación de \$ 19,985.21, la cual va a estar compuesta por la donación del terreno de 156.00 m², que se encuentran valorada por \$15,600.00 y nos da una diferencia de \$ 4,385.21, el mismo que va a estar dividido para los 5 asociados lo que les correspondería a cada uno poner un valor de \$ 877.05; y el restante con la corporación financiera que es el Banco Nacional de Fomento con \$ 30.000,00; lo cual genera un monto total de \$ 49,985.21 que será cubierto por las dos entidades mencionadas.

Tabla No. 22.
Financiamiento.

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	VALOR
Aporte de Capital	39.98%	\$ 19,985.21
Préstamo Bancario	60.02%	\$ 30,000.00
TOTAL	100%	\$ 49,985.21

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.3. Fuentes externas.

La fuente externa corresponde a un préstamo otorgado por la corporación Financiera Nacional de Fomento por \$ 30,000.00 al 11.00 % por cinco años pagaderos por trimestralmente, siendo el tipo de producto de la entidad “microcrédito de crecimiento”, la cual va a tener como garantía el predio o terreno de uno de los participantes del Recinto.

Tabla No. 23.*Tabla de amortización del préstamo.*

PERÍODO	ANUALIDAD	INTERÉS	CAPITAL PAGADO	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL
0	-	-	-	-	\$ 30,000.00
1	\$ 1,970.15	\$ 825.00	\$ 1,145.15	\$ 1,145.15	\$ 28,854.85
2	\$ 1,970.15	\$ 793.51	\$ 1,176.64	\$ 2,321.80	\$ 27,678.20
3	\$ 1,970.15	\$ 761.15	\$ 1,209.00	\$ 3,530.80	\$ 26,469.20
4	\$ 1,970.15	\$ 727.90	\$ 1,242.25	\$ 4,773.05	\$ 25,226.95
5	\$ 1,970.15	\$ 693.74	\$ 1,276.41	\$ 6,049.46	\$ 23,950.54
6	\$ 1,970.15	\$ 658.64	\$ 1,311.51	\$ 7,360.97	\$ 22,639.03
7	\$ 1,970.15	\$ 622.57	\$ 1,347.58	\$ 8,708.55	\$ 21,291.45
8	\$ 1,970.15	\$ 585.51	\$ 1,384.64	\$ 10,093.18	\$ 19,906.82
9	\$ 1,970.15	\$ 547.44	\$ 1,422.71	\$ 11,515.90	\$ 18,484.10
10	\$ 1,970.15	\$ 508.31	\$ 1,461.84	\$ 12,977.74	\$ 17,022.26
11	\$ 1,970.15	\$ 468.11	\$ 1,502.04	\$ 14,479.78	\$ 15,520.22
12	\$ 1,970.15	\$ 426.81	\$ 1,543.35	\$ 16,023.12	\$ 13,976.88
13	\$ 1,970.15	\$ 384.36	\$ 1,585.79	\$ 17,608.91	\$ 12,391.09
14	\$ 1,970.15	\$ 340.75	\$ 1,629.40	\$ 19,238.31	\$ 10,761.69
15	\$ 1,970.15	\$ 295.95	\$ 1,674.21	\$ 20,912.51	\$ 9,087.49
16	\$ 1,970.15	\$ 249.91	\$ 1,720.25	\$ 22,632.76	\$ 7,367.24
17	\$ 1,970.15	\$ 202.60	\$ 1,767.55	\$ 24,400.31	\$ 5,599.69
18	\$ 1,970.15	\$ 153.99	\$ 1,816.16	\$ 26,216.47	\$ 3,783.53
19	\$ 1,970.15	\$ 104.05	\$ 1,866.10	\$ 28,082.58	\$ 1,917.42
20	\$ 1,970.15	\$ 52.73	\$ 1,917.42	\$ 30,000.00	-
Total	\$ 39,403.04	\$ 9,403.04	\$ 30,000.00		

Elaborado: Autora de la tesis.

A continuación se realiza el resumen de la tabla de amortización del préstamo anualmente

Tabla No. 24.*Resumen de la tabla de amortización del préstamo anual.*

AÑOS	G. INTERÉS	CAPITAL PAGADO	ANUALIDAD
1	\$ 3,107.56	\$ 4,773.05	\$ 7,880.61
2	\$ 2,560.47	\$ 5,320.14	\$ 7,880.61
3	\$ 1,950.67	\$ 5,929.94	\$ 7,880.61
4	\$ 1,270.97	\$ 6,609.64	\$ 7,880.61
5	\$ 513.37	\$ 7,367.24	\$ 7,880.61
Total	\$ 9,403.04	\$ 30,000.00	\$ 39,403.04

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.4. Inversiones del proyecto.

De acuerdo a las características y particularidades propias del presente proyecto para poder iniciar las actividades de la empresa, la cual está compuesta por los Terrenos, el cual se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla No. 25.

Inversión: Terrenos.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m ²	156.00	\$ 100.00	\$ 15,600.00
TOTAL				\$ 15,600.00

Elaborado: Autora de la tesis.

A continuación lo correspondiente a las edificaciones, la cual estará dividido en lo que corresponde a Administración, a un vivero que estará construido por caña y plástico para tener una mejor climatización para las plantas y demás infraestructura para tener un mejor funcionamiento.

Tabla No. 26.

Inversión: Edificación.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Administración	m ²	20	\$ 380.00	\$ 7,600.00
Vivero (canas y plásticos)	m ²	64	\$ 15.00	\$ 960.00
Cerramiento de H.G. 2" con malla electro soldada	m ²	64	\$ 50.15	\$ 3,209.60
Sistema de distribución de agua con tanque elevado	U	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Pozo séptico	U	1	\$ 300.00	\$ 300.00
TOTAL				\$ 16,069.60

Elaborado: Autora de la tesis.

En el caso de las maquinarias, va a estar dado por un pequeño sistema de riego que se va implementar en el vivero para mantener e incrementar la vida de las plantas ornamentales.

Tabla No. 27.

Inversión: Maquinaria.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Sistema de riego	u	1	\$ 500.00	\$ 500.00
TOTAL				\$ 500.00

Elaborado: Autora de la tesis.

Finalmente lo que corresponde a otros activos, va a estar compuesto por los muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de cómputo y vehículos, lo suma un monto de \$ 15,435.36.

Tabla No. 28.
Inversión: Otros Activos.

MUEBLES Y ENSERES				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio sencillo	U	2	\$ 169.56	\$ 339.12
Silla Tipo secretaria	U	2	\$ 40.74	\$ 81.48
Archivador Grande	U	1	\$ 55.00	\$ 55.00
Sillas plásticas	Docena	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Cestos para basura	U	2	\$ 3.00	\$ 6.00
TOTAL				\$ 546.60
EQUIPOS DE OFICINA				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Dispensador de Agua	U	1	\$ 70.45	\$ 70.45
Teléfono	U	1	\$ 28.31	\$ 28.31
TOTAL				\$ 98.76
EQUIPOS DE COMPUTO				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadoras	U	2	\$ 320.00	\$ 640.00
Impresora Multifunción	U	1	\$ 150.00	\$ 150.00
TOTAL				\$ 790.00
VEHÍCULOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Van Cherry	U	1	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00
TOTAL				\$ 14,000.00
TOTAL OTROS ACTIVOS				\$ 15,435.36

Elaborado: Autora de la tesis

El 5% de imprevisto por cualquier calamidad como puede ser el incremento en los materiales de construcción, de maquinarias, equipos de oficina y de computación, etc., lo cual se requerirá una cantidad de \$ 49,985.21, que está reflejado en el siguiente cuadro de resumen de inversión.

Tabla No. 29.
Resumen de inversión.

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terrenos	\$ 15,600.00
Edificaciones	\$ 16,069.60
Maquinarias	\$ 500.00
Otros activos	\$ 15,435.36
5% Imprevistos	\$ 2,380.25
TOTAL DE INVERSION	\$ 49,985.21

Elaborado: Autora de la tesis.

Tabla No. 30
Cronograma de inversión.

CRONOGRAMA												
DESCRIPCIÓN	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Terrenos	■	■										
Edificaciones			■	■	■	■						
Maquinarias							■	■				
Otros activos						■	■					

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.5. Balance Inicial

Tabla No. 31
Balance Inicial.

CENTRO DE ACOPIO RODUPLANTAS		
BALANCE INICIAL		
Al 31 de Diciembre del 2014		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DEL EFFECTIVO		
Caja	\$ 2.380,25	
Intereses corto plazo	\$ 3.107,56	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		\$ 5.480,81
ACTIVOS NO CORRIENTES LARGO PLAZO		
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		
		\$ 9.445,98
Costo del Proyecto	\$ 3.150,50	
Intereses Financieros Largo Plazo	\$ 6.295,48	
BIENES INMUEBLES		
		\$ 31.669,60
Terreno	\$ 15.600,00	
Edificación	\$16.069,60	
BIENES MUEBLES		
		\$ 15.935,36
Equipo de Transporte	\$ 14.000,00	
Mobiliario y Equipos	\$ 1.435,36	
Muebles y Enseres	\$ 546,60	
Equipos de oficina	\$ 98,76	
Equipos de computo	\$ 790,00	
Maquinarias	\$ 500,00	
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 57.050,94
TOTAL ACTIVOS		\$ 62.538,74
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES CORTO PLAZO		
Cuentas por Pagar	\$ 3.150,50	
Intereses Financieros Corto Plazo	\$ 3.107,56	
Total Pasivos Corrientes Corto Plazo		\$ 6.280,06
PASIVOS NO CORRIENTES LARGO PLAZO		
Cuentas por Pagar	\$ 30.000,00	
Intereses Financieros Largo Plazo	\$ 6.295,48	
Total Pasivos No Corrientes Largo Plazo		\$ 36.295,48
TOTAL PASIVOS		\$ 42.553,54
PATRIMONIO		
Aporte de Capital	\$ 15.600,00	
Capital Social Pagado	\$ 4.385,21	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 19.985,21
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO		\$ 62.538,74

Elaborado por: Autora de la tesis.

4.10.6. Ingresos por ventas.

El presupuesto de ingreso por venta va a estar dado por las visitas de campo a los 4 viveros los cuales se detallaron anteriormente, el cual en el vivero No. 1 representa el 36.01%, seguido del vivero No. 2 con el 26.15%, después el vivero No. 3 con el 18.88% y finalmente el vivero No. 4 con el 18.96%, lo cual representa \$ 58,677.60.

Tabla No. 32.
Ingreso por ventas anuales.

VIVEROS	VENTAS MENSUALES	VENTAS ANUALES	PORCENTAJES
Vivero 1	\$1.935,10	\$23.221,20	35,81%
Vivero 2	\$1.426,00	\$17.112,00	26,39%
Vivero 3	\$1.018,00	\$12.216,00	18,84%
Vivero 4	\$1.025,00	\$12.300,00	18,97%
Total	\$5.404,10	\$64.849,20	100%

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.7. Costos de producción.

Estos costos son los que necesariamente se incurren para la gestión productiva que se realizará en el proyecto. Estos costos se capitalizan para conformar el costo total, los cuales están integrados por la materia prima, mano de obra directa y los costos indirectos, de los cuales se necesitan insumos da un valor total de \$ 15,237.30.

Tabla No. 33.
Costos de producción.

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Materia Prima	\$ 3,220.00
Mano de obra	\$ 4,378.52
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 7,298.78
TOTAL	\$ 15.237,30

Elaborado: Autora de la tesis.

La materia Prima que se necesitara para obtener el producto deseado, se necesitara son: tierra de sembrado de un kilo, tierra amarilla y fundas plásticas en paquetes de 100 unidades, lo que nos dan un total de \$ 3,220.00 como se demuestra en el siguiente cuadro.

Tabla No. 34.
Materia Prima.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	COSTO	CANTIDAD	ANUAL
Tierra de sembrado	Kg.	\$ 1,00	1000	\$ 1,000.00
Tierra amarilla	Volqueta	\$ 30,00	20	\$ 600.00
Fundas plásticas # 2	Paquete de 100	\$ 2,00	100	\$ 200.00
Fundas plásticas # 3	Paquete de 100	\$ 3,00	100	\$ 300.00
Fundas plásticas # 4	Paquete de 100	\$ 4,00	80	\$ 320.00
Fundas plásticas # 5	Paquete de 100	\$ 5,00	100	\$ 500.00
Fundas plásticas # 6	Paquete de 100	\$ 6,00	50	\$ 300.00
TOTAL				\$ 3.220,00

Elaborado: Autora de la tesis.

Tenemos como uno de los mayores rubros en el proceso de elaboración del producto a los Costos Indirectos de Fabricación, que van a estar dado por la Mano Indirecta, que es el personal que participa indirectamente en el proceso de en el traspaso de las plantas ornamentales; depreciación es el porcentaje contable que se le da a los activos por el uso o el deterioro del mismo; servicios básicos que se necesitan en la transformación que son la luz y el teléfono; reparación y mantenimiento, es el porcentaje que se ha destinado para algún desperfecto de los activos, de igual manera cubriría el seguro, a continuación se detalla un resumen de los Costos Indirectos de Fabricación.

Tabla No. 35.
Costos Indirectos de Fabricación.

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Depreciación	\$ 2.446,78
Mano de obra indirecta	\$ 4.548,52
Servicios Básicos	\$ 240,00
Reparación y Mantenimiento	\$ 186,78
Seguros	\$ 46,70
TOTAL	\$ 7.468,78

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.8. Gastos del proyecto.

Son los gastos administrativos, los cuales no son tomados en cuenta en el costo de producción de los servicios ya que como su nombre lo indica se gastan en el periodo en el cual incurren, de los cuales servicios básicos en la parte administrativa, remuneraciones, capacitaciones y refrigerios, suministro de aseo y limpieza, publicidad, depreciación, seguros,

reparación y mantenimiento por el valor de \$ 17,282.48, como se muestra a continuación en los siguientes cuadros.

Tabla No. 36.
Gastos Administrativos.

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Servicios Básicos	\$ 480,00
Capacitaciones y refrigerios	\$ 1.200,00
Sueldos	\$ 13.676,90
Suministros	\$ 165,52
Depreciación	\$ 738,30
Reparaciones y Mantenimiento	\$ 1.093,41
Seguros	\$ 273,35
TOTAL	\$ 17.627,48

Elaborado por: Autora de la tesis.

De igual manera tenemos el organigrama propuesto para nuestro proyecto, el cual se muestra a continuación.

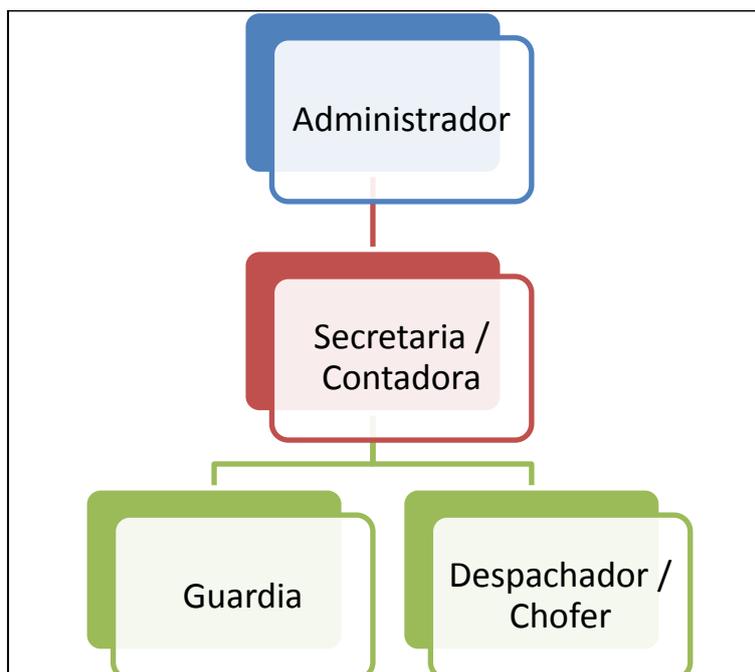


Gráfico No.17. Orgánico propuesto.

Elaborado: Autora de la tesis.

A continuación se visualiza el detalle de las Remuneraciones Mensuales unificadas del personal con sus respectivos beneficios de acuerdo a la ley.

Tabla No. 37.
Remuneraciones mensuales unificadas

CENTRO DE ACOPIO PRODUPLANTAS											
Remuneraciones mensuales unificadas											
DESCRIP.	DEPART.	CANT.	REMUN.	REMUN. ANUAL	APORT PERS.	SUBT. SUELDO	VACAC.	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	SUBT. BENEF.	VALOR TOTAL
Administrador	Administrativo	1	\$600,00	\$ 7.200,00	\$ 673,20	\$ 6.526,80	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 340,00	\$ 1240,00	\$ 7.766,80
Contador y Secretaria	Administrativo	1	\$450,00	\$ 5.400,00	\$ 504,90	\$ 4.895,10	\$ 225,00	\$ 450,00	\$ 340,00	\$ 1015,00	\$ 5.910,10
Subtotal Administrativo		2		\$ 12.600,00	\$ 1.178,10	\$ 11.421,90	\$ 525,00	\$ 1.050,00	\$ 680,00	\$2255,00	\$ 13.676,90
Despachador, Chofer	Producción: MO Directa	1	\$340,00	\$ 4.080,00	\$ 381,48	\$ 3.698,52	\$ 170,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 850,00	\$ 4.548,52
Subtotal Producción: MO Directa		1		\$ 4.080,00	\$ 381,48	\$ 3.698,52	\$ 170,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 850,00	\$ 4.548,52
Guardia	Producción: MO Indirecta	1	\$340,00	\$ 4.080,00	\$ 381,48	\$ 3.698,52	\$ 170,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 850,00	\$ 4.548,52
Subtotal Producción: MO Indirecta		1		\$ 4.080,00	\$ 381,48	\$ 3.698,52	\$ 170,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 850,00	\$ 4.548,52
TOTAL				\$ 20.760,00	\$ 1.941,06	\$ 18.818,94	\$ 865,00	\$ 1.730,00	\$ 1.360,00	\$3.955,00	\$ 22.773,94

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.9. Depreciación.

La depreciación para la implementación de este proyecto se lo ha calculado considerando que nuestros activos fijos se deprecian en diferentes años que son de 3, 5, 10 y 20 años, dependiendo del activo fijo y se utilizará el método de línea recta para la depreciación. El valor de salvamento para el último año es del 20% del valor de los equipos.

Tabla No. 38.
Depreciación.

RUBRO	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL	VALOR DE SALVAMENTO	SUBTOTAL DEP.	TOTAL DEPRECIACIÓN
Edificación	\$ 16.069,60	20	\$ 3.213,92		\$ 642,78
Producción	\$ 4.169,60			\$ 166,78	
Administración	\$ 11.900,00			\$ 476,00	
Maquinarias	\$ 500,00	10	\$ 100,00		\$ 40,00
Muebles y enseres	\$ 546,60	10	\$ 109,32		\$ 43,73
Equipos de Oficina	\$ 98,76	10	\$ 19,75		\$ 7,90
Equipos de Computo	\$ 790,00	3	\$ 158,00		\$ 210,67
Vehículos	\$ 14.000,00	5	\$ 2.800,00		\$ 2.240,00
TOTAL					\$ 3.185,08

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.10. Estado de Pérdidas y Ganancias.

El estado de pérdidas y ganancias es un documento que tiene por finalidad mostrar los resultados económicos de las operaciones previstas en el proyecto durante un periodo, al 31 de diciembre del 2014, nos da una utilidad de \$ 19.145,35 y se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla No. 39.
Estado de Pérdidas y Ganancias.

Recinto LINDEROS DE VENECIA		
CENTRO DE ACOPIO PRODUPLANTAS		
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS		
Al 31 de Diciembre del 2014		
INGRESOS		
Venta de Plantas Ornamentales	\$ 64.849,20	
TOTAL DE INGRESOS		\$ 64.849,20
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
MATERIA PRIMA	\$ 3.220,00	
MANO DE OBRA	\$ 4.548,52	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 7.468,78	
TOTAL COSTOS		\$ 15.237,30
Utilidad Operacional		\$ 49.611,90
GASTOS		\$ 17.627,48
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 17.627,48	
UTILIDAD ANTES INTERESES E IMPUESTOS		\$ 31.984,41
INTERES BANCO NACIONAL DE FOMENTO	\$ 3.107,56	
TOTAL DE INTERESES		\$ 3.107,56
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 28.876,85
15% PARTICIPACIÓN /TRABAJADORES		\$ 4.331,53
UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA		\$ 24.545,32
22% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 5.399,97
UTILIDAD NETA CENTRO DE ACOPIO PRODUPLANTAS		\$ 19.145,35

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.11. Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado.

Tomando en cuenta el Estado de resultado y el primer año lo proyectamos en el lapso de 5 años teniendo una ganancia desde el primer año de \$ 19,145.35; el segundo año con \$21,866.38; el tercer año con \$ 24,840.84; el cuarto año con \$ 28,714.21; y el último año con \$ 32,282.54. Como también se puede observar que las utilidades van incrementando como resultado del incremento de las ventas.

Tabla No. 40.
Estados de Pérdidas y Ganancia proyectado.

Recinto LINDEROS DE VENECIA CENTRO DE ACOPIO PRODUPLANTAS ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Venta de Plantas Ornamentales	\$ 64.849,20					
TOTAL DE INGRESOS		\$ 64.849,20	\$ 70.037,14	\$ 5.640,11	\$ 81.691,32	\$ 88.226,62
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Materia prima	\$ 3.220,00					
Mano de obra directa	\$ 4.548,52					
Costos indirectos de fabricación	\$ 7.468,78					
TOTAL COSTOS		\$ 15.237,30	\$ 15.648,71	\$ 16.071,23	\$ 15.565,87	\$ 15.986,14
Utilidad Operacional		\$ 49.611,90	\$ 54.388,42	\$ 59.568,88	\$ 66.125,45	\$ 72.240,48
GASTOS		\$ 17.627,48	\$ 18.846,99	\$ 20.150,88	\$ 21.544,96	\$ 23.035,49
Gastos Administrativos	\$ 17.627,48					
UTILIDAD ANTES INTERESES E IMPUESTOS		\$ 31.984,41	\$ 35.541,43	\$ 39.418,01	\$ 44.580,49	\$ 49.204,98
Interés Banco Nacional de Fomento	\$ 3.107,56					
TOTAL DE INTERESES		\$ 3.107,56	\$ 2.560,47	\$ 1.950,67	\$ 1.270,97	\$ 513,37
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 28.876,85	\$ 32.980,96	\$ 37.467,34	\$ 43.309,52	\$ 48.691,62
15% Participación /Trabajadores		\$ 4.331,53	\$ 4.947,14	\$ 5.620,10	\$ 6.496,43	\$ 7.303,74
UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA		\$ 24.545,32	\$ 28.033,82	\$ 31.847,24	\$ 36.813,09	\$ 41.387,87
22% Impuesto a la Renta		\$ 5.399,97	\$ 6.167,44	\$ 7.006,39	\$ 8.098,88	\$ 9.105,33
UTILIDAD NETA CENTRO DE ACOPIO PRODUPLANTAS		\$ 19.145,35	\$ 21.866,38	\$ 24.840,84	\$ 28.714,21	\$ 32.282,54

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.12. Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio (PE) es un parámetro de evaluación del proyecto el cual nos indica el valor de ventas que debe realizar la empresa en el periodo contable para no tener ni pérdidas ni ganancias. En el punto de equilibrio, es el punto mínimo en el cual debemos trabajar, donde las ventas solo alcanzan para cubrir los costos totales (costos fijos más costos variables), con cero pérdidas y cero utilidades.

$$PE_c = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Ponderada}} \quad PE_c = \frac{\$ 20,713.71}{1.606026} \quad PE_c = 12,897.49$$

$$PE_v = PE_c \times \text{Cantidades Ponderadas}$$

Tabla No. 41.
Cantidades en Equilibrio.

PLANTAS	CANT. EN EQUILIBRIO	PLANTAS	CANT. EN EQUILIBRIO
Acacias	101	Nevadas	252
Arboles de Eritrina	72	Orquídea de tierra amarilla	756
Begonias	86	Orquídeas de tierra moradas	202
Camarones	453	Palmas Washington	403
Césped maní	302	Palma Azul	112
Chifleras amarillas	126	Palmas Bambú pequeñas	76
Chifleras verdes	202	Palmas botellas	61
Ciprés	428	Palmas cicas	151
Crotos	626	Palmas Fénix	176
Durantas	1008	Peregrinas	957
Ficus	76	Plumeros	101
Galán de la noche	205	Plumeros rojos	882
Helechos	353	Rosas	327
Isoras amarillas	126	Sauces	428
Isoras blancas	806	Veraneras	1335
Isoras rojas	907	Washington	61
Isoras Rosadas	504	Yinger rosadas	76
Limonos injertos	162		

Elaborado: Autora de la tesis.

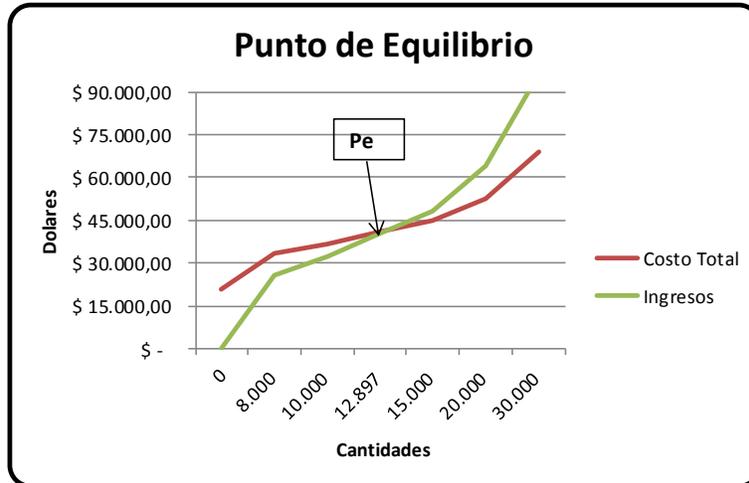


Gráfico No.18. *Punto de Equilibrio.*

Fuente: Encuesta a Productores.

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.13. *Evaluación financiera.*

Con el objeto de establecer la factibilidad del proyecto se hace un análisis de los cuadros fuentes como flujo de caja proyectado, tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN), y los indicadores de rentabilidad como Beneficio / Costo, y PACK BACK.

4.10.14. *Valoración basada en el descuento de los flujos de fondos.*

Este método está basado en el descuento de los flujos de fondos futuros, en los cuales los ingresos son producidos dependiendo de lo que generan sus activos productivos, ya que este estudio sostiene que el valor de los activos de una empresa depende de su producción futura.

Este método se lo puede mostrar algebraicamente de la siguiente forma:

$$\text{Valor de la Empresa} + \sum_{i=0}^n \frac{\text{Flujo de Caja}}{(1+k)^i}$$

Dónde:

k = Tasa de Descuento

i = Periodo a descontar

La tasa a la que se debe descontar los flujos, tiene que ser representativa a la posición de la empresa tanto con sus acreedores y sus accionistas. Además esta tasa debe recoger el valor del dinero del tiempo y los riesgos del mercado. Es por ello que se estimará la tasa por medio del costo de capital promedio ponderado, ya que esta tasa recoge el financiamiento de la empresa y el rendimiento de los accionistas; y se la expresa de la siguiente manera:

$$CCPP = \left[\left(\frac{D}{V} \right) * Rd * (1 - T) \right] + \left[\left(\frac{E}{V} \right) * Re \right]$$

Dónde:

$\left(\frac{D}{V} \right) = \text{Porcentaje de Deuda}$

$\left(\frac{E}{V} \right) = \text{Porcentaje de Capital}$

$T = \text{Impuesta a la renta}$

$Rd = \text{Rendimiento de la Deuda}$

$Re = \text{Rendimiento del Capital}$

Con la fórmula antes mencionada y con todos los datos ya encontrados procedemos a encontrar nuestro CCPP como se detalla en la tabla siguiente:

Tabla No. 42.
Costo de Capital del Promedio Ponderado.

COSTO CAPITAL PROMEDIO PONDERADO	15,78%
(Deuda/Activo)	39,98%
(Capital/Activo)	60,02%
Rendimiento Deuda	11,00%
Tasa Mínima Atractiva de Retorno	17,35%
Impuesto a la Renta	22,00%

Elaborado: Autora de la tesis.

El Rendimiento de la Deuda se puede calcular fácilmente como un promedio ponderado de los intereses de las deudas que la empresa está pagando.

Por el contrario, el rendimiento del capital es más subjetivo, ya que existen varios productos en el mercado en que poder invertir, y se le debe ofrecer al inversionista un rendimiento adecuado para invertir en la empresa, y se lo calcula en la siguiente manera:

$$Re = Rf + \beta(Rm - Rf)$$

Dónde:

$Rf =$ Tasa libre de riesgo

$Rm =$ Rendimiento de mercado

$\beta =$ Beta del sector

4.10.15. Determinación de la Tasa Mínima Atractiva Retorno.

La determinación de la tasa de descuento para la valoración de una empresa es uno de los aspectos más relevantes, ya que de esta dependen qué tan castigados van a ser los flujos. La determinación de este ratio es compleja de calcular en el medio financiero ecuatoriano, debido a las limitaciones de información a la que el mercado enfrenta.

La tasa de rentabilidad requerida para nuestro proyecto va a ser calculada por medio del CAPM de un mercado desarrollado como los Estados Unidos, adicionalmente para que esto sea utilizado en este proyecto se le sumará el riesgo país del Ecuador.

$$Re = \underbrace{[Rf + \beta(Rm - Rf)]}_{\text{Mercado de E.U}} + \underbrace{Riesgo Pais}_{\text{Ecuador}}$$

Para calcular la Tasa de descuento, se tomó la tasa libre de riesgo, que es la tasa de los bonos del tesoro estadounidense y el rendimiento de mercado del S&P 500, debido a que esta reúne las 500 empresa más representativas del mercado estadounidense y por encontrarse la economía ecuatoriana dolarizada, y el β utilizado fue un ponderado de las empresa de sector industrial que poseen una características similar que serían las industrias de alimentos, y para adaptarlo a la entorno de la empresa de estudio se le adicionó el Riesgo País del Ecuador que es 5.46 % tomado el día 5 de noviembre del 2014, los resultados se lo encuentran detallados en la siguiente tabla con las fórmula anteriormente mencionada

Tabla No. 43.
Tasa mínima atractiva de retorno.

TASA MINIMA ATRACTIVA DE RETORNO	17,35%
Tasa Libre de Riesgo	3,98%
Rendimiento de mercado	15,96%
Beta Industria	0,66
Riesgo País	5,46%

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.16. Valor Actual Neto (VAN).

Es la diferencia entre las sumas de todos los ingresos actualizados y de los costos totales actualizados. El VAN representa el ingreso neto generado por el proyecto durante toda su vida útil expresado en dólares, lo que nos dio como resultado el valor actual neto de \$ 21.503,02; de los cuales el valor actual neto es mayor a cero se puede concluir que es factible

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1 + K)^t} - I_o$$

Dónde:

V_t = representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_o = es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n = es el número de períodos considerados.

k = es la tasa de descuento o Coste de Oportunidad.

$$VAN = \frac{19,145.35}{(1 + 0.1578)^1} + \frac{21,866.38}{(1 + 0.1578)^2} + \frac{24,840.84}{(1 + 0.1578)^3} + \frac{28,714.21}{(1 + 0.1578)^4} + \frac{32,282.54}{(1 + 0.1578)^5} - 49,985.21$$

$$VAN = \frac{19,145.35}{(1.1578)^1} + \frac{21,866.38}{(1.1578)^2} + \frac{24,840.84}{(1.1578)^3} + \frac{28,714.21}{(1.1578)^4} + \frac{32,282.54}{(1.1578)^5} - 49,985.21$$

$$VAN = \frac{19,145.35}{1.1578} + \frac{21,866.38}{1.3404} + \frac{24,840.84}{1.5519} + \frac{28,714.21}{1.7967} + \frac{32,282.54}{2.0802} - 49,985.21$$

$$VAN = 15,164.86 + 14,720.18 + 14,238.00 + 13,958.03 + 13,407.16 - 49,985.21$$

$$VAN = 71,488.23 - 49,985.21$$

$$VAN = \$ 21,503,02$$

4.10.17. Tasa Interna De Retorno (TIR).

La tasa interna de retorno, es la tasa la rentabilidad del dinero que se mantendrá dentro del proyecto, es aquella tasa de interés que iguala el valor actualizado del flujo de los ingresos, con el valor actualizado de flujo de costos, a diferencia del VAN donde hay que considerar una tasa, en el TIR hay que determinarla. En el cuadro de la tasa Interna de Retorno de este proyecto el resultado es del 55.52% el mismo que es superior a la tasa que están pagando los bancos actualmente por los ahorros que o en otras inversiones el 11.00% y el costo de capital promedio ponderado con un 15.78%. Si consideramos que estamos en un sistema de dolarización, la tasa de interés encontrada nos que indican que nuestro proyecto es rentable.

$$TIR = \frac{-I_o + \sum_{i=1}^n F_i}{\sum_{i=1}^n i * F_i}$$

Dónde:

F_i = representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_o = es el valor del desembolso inicial de la inversión.

i = es la tasa que se va obtener igualándolo a 0.

$$TIR = \frac{19,145.35}{(1+i)^1} + \frac{21,866.38}{(1+i)^2} + \frac{24,840.84}{(1+i)^3} + \frac{28,714.21}{(1+i)^4} + \frac{32,282.54}{(1+i)^5} - 49,985.21$$

$$TIR = 31.47\%$$

4.10.18. Relación Beneficio/ Costo.

Este indicador nos determina la utilidad que se podrá obtener con el costo que representa la inversión de la empresa. Si el resultado que se obtenga de esta relación es mayor a la unidad, el proyecto es atractivo para los inversionistas, el cual se calcula la sumatoria de los ingresos sobre la sumatoria de sus egresos, el cual nos da un valor de 1.29, el cual resulta factible.

$$\frac{B}{C} = \frac{VAN_{Ingresos}}{VAN_{Egresos}} = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{IT}{(1+K)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{ET}{(1+K)^t} + I_o}$$

Dónde:

IT = representa los ingresos en cada periodo t .

ET = representa los egresos flujos de caja en cada periodo t .

I_0 = inversión inicial.

n = es el número de períodos considerados.

k = es la tasa de descuento o Coste de Oportunidad.

$$= \frac{\frac{64,849.20}{(1 + 0.1578)^1} + \frac{70,037.14}{(1 + 0.1578)^2} + \frac{75,640.11}{(1 + 0.1578)^3} + \frac{81,691.32}{(1 + 0.1578)^4} + \frac{88,226.62}{(1 + 0.1578)^5}}{\frac{45,703.85}{(1 + 0.1578)^1} + \frac{48,170.76}{(1 + 0.1578)^2} + \frac{50,799.26}{(1 + 0.1578)^3} + \frac{52,977.11}{(1 + 0.1578)^4} + \frac{55,944.08}{(1 + 0.1578)^5} + 49,985.21}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{\frac{64,849.20}{(1.1578)^1} + \frac{70,037.14}{(1.1578)^2} + \frac{75,640.11}{(1.1578)^3} + \frac{81,691.32}{(1.1578)^4} + \frac{88,226.62}{(1.1578)^5}}{\frac{45,703.85}{(1.1578)^1} + \frac{48,170.76}{(1.1578)^2} + \frac{50,799.26}{(1.1578)^3} + \frac{52,977.11}{(1.1578)^4} + \frac{55,944.08}{(1.1578)^5} + 49,985.21}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{\frac{64,849.20}{1.1578} + \frac{70,037.14}{1.3404} + \frac{75,640.11}{1.5519} + \frac{81,691.32}{1.7967} + \frac{88,226.62}{2.0802}}{\frac{45,703.85}{1.1578} + \frac{48,170.76}{1.3404} + \frac{50,799.26}{1.5519} + \frac{52,977.11}{1.7967} + \frac{55,944.08}{2.0802} + 49,985.21}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{56,012.27 + 52,249.90 + 48,740.25 + 45,466.35 + 42,412.35}{39,475.83 + 35,936.90 + 32,733.54 + 29,485.09 + 26,893.47 + 49,985.21}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{244,881.12}{214,510.04}$$

$$\frac{B}{C} = 1.14$$

Tabla No. 44.
Flujo de Caja proyectado a cinco años.

Recinto LINDEROS DE VENECIA CENTRO DE ACOPIO PRODUPLANTAS FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Descripción	Subtotal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Venta de Plantas Ornamentales	\$ 64.849,20					
TOTAL DE INGRESOS		\$ 64.849,20	\$ 70.037,14	\$ 75.640,11	\$ 81.691,32	\$ 88.226,62
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Materia Prima	\$ 3.220,00					
Mano de Obra Directa	\$ 4.548,52					
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 7.468,78					
TOTAL COSTOS		\$ 15.237,30	\$ 15.648,71	\$ 16.071,23	\$ 15.565,87	\$ 15.986,14
Utilidad Operacional		\$ 49.611,90	\$ 54.388,42	\$ 59.568,88	\$ 66.125,45	\$ 72.240,48
GASTOS		\$ 17.627,48	\$ 18.846,99	\$ 20.150,88	\$ 21.544,96	\$ 23.035,49
Gastos Administrativos	\$ 17.627,48					
UTILIDAD ANTES INTERESES E IMPUESTOS		\$ 31.984,41	\$ 35.541,43	\$ 39.418,01	\$ 44.580,49	\$ 49.204,98
Interés Banco Nacional de Fomento	\$ 3.107,56					
TOTAL DE INTERESES		\$ 3.107,56	\$ 2.560,47	\$ 1.950,67	\$ 1.270,97	\$ 513,37
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 28.876,85	\$ 32.980,96	\$ 37.467,34	\$ 43.309,52	\$ 48.691,62
15% Participación /Trabajadores		\$ 4.331,53	\$ 4.947,14	\$ 5.620,10	\$ 6.496,43	\$ 7.303,74
UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA		\$ 24.545,32	\$ 28.033,82	\$ 31.847,24	\$ 36.813,09	\$ 41.387,87
22% Impuesto A La Renta		\$ 5.399,97	\$ 6.167,44	\$ 7.006,39	\$ 8.098,88	\$ 9.105,33
UTILIDAD NETA CENTRO DE ACOPIO PRODUPLANTAS		\$ 19.145,35	\$ 21.866,38	\$ 24.840,84	\$ 28.714,21	\$ 32.282,54
INVERSIÓN INICIAL	(\$ 49.985,2)					
Depreciación		\$ 3.185,08	\$ 3.185,08	\$ 3.185,08	\$ 2.974,41	\$ 2.974,41
Abono CFN		\$ 4.773,05	\$ 5.320,14	\$ 5.929,94	\$ 6.609,64	\$ 7.367,24
FLUJO DE EFECTIVO	(\$ 49.985,2)	\$ 17.557,4	\$ 19.731,3	\$ 22.096,0	\$ 25.079,0	\$ 27.889,7
FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	(\$ 49.985,2)	\$ 15.164,86	\$ 14.720,18	\$ 14.238,00	\$ 13.958,03	\$ 13.407,16
FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO	(\$ 49.985,2)	(\$34.820,3)	(\$20.100,2)	(\$5.862,2)	\$ 8.095,86	\$ 21.503,02
TOTAL VAN	\$ 21.503,02					
TIR	31,47%					
BENEFICIO – COSTO	1,14					

Elaborado por: Autora de la tesis

4.10.19. *PAY-BACK.*

El proyecto según el análisis del Pay-Back se lo recupera en el cuarto año dado que al descontar los flujos netos se regulariza y nos da ganancia por lo cual es rentable el proyecto, en el plazo establecido.

Tabla No. 45.
PAY-BACK

AÑOS	FLUJO DE FONDOS	FLUJO FONDO ACTUALIZADO	FLUJO FONDO ACTUALIZADO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACIÓN
0	(\$ 49.985,21)	(\$ 49.985,21)	(\$ 49.985,21)	0
1	\$ 17.557,39	\$ 15.164,86	(\$ 34.820,35)	1
2	\$ 19.731,32	\$ 14.720,18	(\$ 20.100,17)	2
3	\$ 22.095,98	\$ 14.238,00	(\$ 5.862,17)	3
4	\$ 25.078,99	\$ 13.958,03	\$ 8.095,86	4
5	\$ 27.889,71	\$ 13.407,16	\$ 21.503,02	5
TOTAL VAN				

Elaborado: Autora de la tesis.

4.10.20. *Análisis de Sensibilidad.*

Para concluir el estudio y medir el riesgo hay que realizar un análisis de las variables que podrían afectar al proyecto tales como el precio de venta, el costo de venta y volumen de venta, inversión, costo y gastos; en la cual nos demuestra que el proyecto es susceptible al haber variaciones positiva o negativas en las diferentes variables el proyecto no resultaría viable.

Tabla No. 46.
Análisis de sensibilidad.

No.	DESCRIPCIÓN	AUMENTO	DISMINUCIÓN	VAN	TIR	B/C
1	Proyecto			\$ 21.503,02	31,47%	1,14
2	Cantidad	20%		\$ 50.864,19	50,73%	1,26
3	Cantidad		20%	\$ (7.837,12)	9,48%	1,01
6	Costos de Ventas		20%	\$ 26.169,38	35,10%	1,17
7	Costos de Ventas	80%		\$ 2.837,62	17,74%	1,05
8	Gastos		20%	\$ 30.166,48	37,37%	1,19
9	Gastos	75%		\$(10.984,93)	6,88%	0,99
10	Inversión		30%	\$ 34.701,21	51,15%	1,22
11	Inversión	47%		\$ (601,20)	14,70%	1,04

Elaborado: Autora de la tesis.

En el análisis de sensibilidad nos da como resultado que, si las cantidades disminuyen en un 20%, los gastos aumentan en un 75% y si la inversión inicial aumenta hasta un 47%, el proyecto no resulta viable el proyecto.

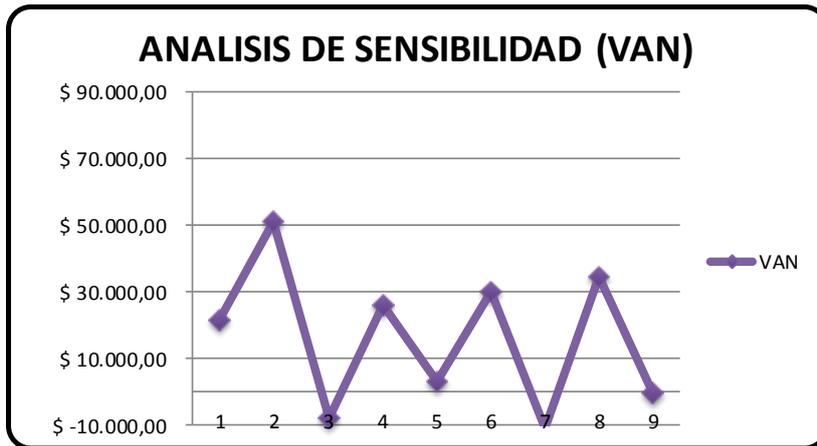


Gráfico No.19. *Análisis de sensibilidad (VAN).*
Elaborado: Autora de la tesis.

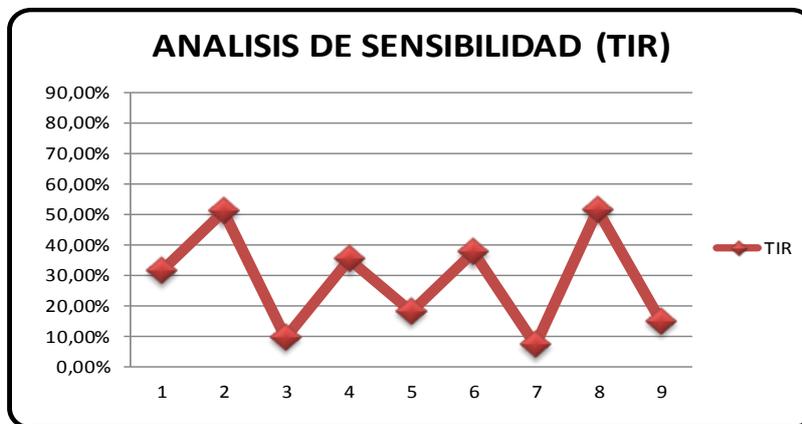


Gráfico No.20. *Análisis de sensibilidad (TIR).*
Elaborado: Autora de la tesis.

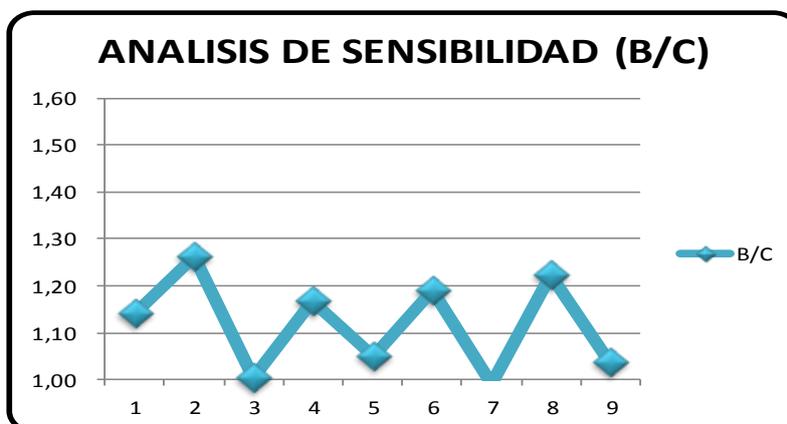


Gráfico No.21. *Análisis de sensibilidad (B/C).*
Elaborado: Autora de la tesis.

CONCLUSIONES.

El objetivo de este proyecto de investigación es de crear un centro de acopio para mejorar el sistema de comercialización de plantas ornamentales, en el Recinto Linderos de Venecia, que les permita alcanzar un mejor nivel de precios y un margen de ganancias considerable que compense el trabajo que ellos realizan en cada uno de sus viveros.

El planteamiento de ideas y lineamientos sobre temas específico de la siembra y reproducción de plantas ornamentales, deberán tener como finalidad el mejoramiento del entorno económico del sector primario en donde se aplique, estrategias para mejorar la comercialización, la cual se generen nuevas opciones, oportunidades y desenvolvimiento de la población del recinto Linderos de Venecia.

El modelo de financiamiento para que tenga una óptima implementación, a través de los créditos deberá ser estructurado a tasa de interés flexible de acuerdo a la Corporación Nacional Financiera con la capacidad de pago de los agricultores.

Incentivar a los productores a seguir implementando nuevas formas de producción de plantas ornamentales, de mejor calidad y poder ser reconocidos en el mercado nacional e internacional.

Con la implementación de este nuevo sistema de comercialización los productores de los viveros participantes, obtendrán mayores beneficios, ya que podrían ampliar la oferta de plantas en el centro de acopio y de esta forma enfrentar al mercado que es cada vez más exigente.

Con una mayor capacitación en el proceso de siembra y reproducción de plantas ornamentales a los productores de este Recinto, y con el apoyo de las entidades financieras se obtendrán mejores resultados en la actividad que ellos realizan

RECOMENDACIONES.

Promover una mayor participación de las personas del recinto Linderos de Venecia, que se realizaran a través de programas de capacitación, métodos y técnicas que se deben utilizar para lograr alcanzar el objetivo, fortalecimiento, credibilidad.

Establecer una mejor participación entre productores que conlleve a un desempeño favorable y a un aumento en la oferta de plantas ornamentales en el Recinto Linderos de Venecia.

De acuerdo a las ideas planteadas en este proyecto y con la participación de los mismos productores y mediante sus aportación si es posible cambiar a un nuevo sistema de comercialización que los beneficie en su totalidad.

Con la creación de un centro de acopio para la comercialización de plantas ornamentales en el Recinto y mediante los análisis financieros efectuados con esta propuesta se determinó que este proyecto beneficiaria no solo a los productores dueños de los viveros sino a todos los habitantes del sector.

REFERENCIAS

Chiriguaya, C. (21 de 01 de 2011). *Desarrollo de Plantas ornamentales Cordylines de cultivo "In Vitro"*. Recuperado el 28 de 10 de 2014, de ESPOL:

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14434/3/tesis%20definitiva%20de%20Cruz%20Maria.pdf>

Costa, C., & Merino, M. (05 de 11 de 2009). *Proyecto de Evaluación Financiera de Una empresa dedicada a la Creación, Mantenimiento y Redecoración, de Jardines dirigida a la Clase Social Alta y Media Alta de la ciudad de Guayaquil y Samborondon.*

Recuperado el 25 de 10 de 2014, de ESPOL:

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6853/5/Proyecto-2.pdf>

Dahik, M., & Núñez, A. (24 de 04 de 2004). "*Análisis de factibilidad del desarrollo del cultivo de protèas (planta ornamental) en el Ecuador y su Comercialización*".

Recuperado el 18 de 10 de 2014, de ESPOL:

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1270/1/2445.pdf>

Gavela, L., & Zàrate, J. (02 de 06 de 2003). *Diagnostico empresarial para el mejoramiento de operaciones del vivero AGRÒPOLIS ubicado en la Parroquia de Tumbaco, Provincia de Quito.*

Recuperado el 26 de 10 de 2014, de Universidad Tecnológica

Equinoccial: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6015/1/19148_1.pdf

HORA, L. (s.f.). *REVISTA JUDICIAL*. Recuperado el 10 de 12 de 2014, de Registro Oficial:

[http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-](http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2014/septiembre/code/RegistroOficialNo332-)
[oficiales/2014/septiembre/code/RegistroOficialNo332-](http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2014/septiembre/code/RegistroOficialNo332-)

[Viernes12Septiembrede2014Supl/registro-oficial-no-332---viernes-12-de-septiembre-](http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2014/septiembre/code/RegistroOficialNo332-)
[de-2014-suplemento](http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2014/septiembre/code/RegistroOficialNo332-)

Infojardin. (s.f.). *Infojardin*. Recuperado el 15 de 11 de 2014, de Infojardin:

<http://www.infojardin.com/>

Lamb, H. M. (29 de 10 de 2014). *Marketing*. Recuperado el 15 de 11 de 2014, de

slideshare.net: [http://www.slideshare.net/FerdinandFernandez/marketing-lamb-hair-](http://www.slideshare.net/FerdinandFernandez/marketing-lamb-hair-mcdaniel-11th-edicin)
[mcdaniel-11th-edicin](http://www.slideshare.net/FerdinandFernandez/marketing-lamb-hair-mcdaniel-11th-edicin)

- Larrave, L., & Tobar, B. (11 de 12 de 2012). "*Diagnostico de las exportaciones de las plantas ornamentales y planteamientos de estrategias para la comercialización*". Recuperado el 21 de 10 de 2014, de Universidad "Dr. José Matías Delgado":
<http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/01/MER/ADTESLD0001512.pdf>
- Martinez, E. (24 de 06 de 2011). "*Propuesta de comercialización de plantas ornamentales en la delegación Xochimilco*". Recuperado el 15 de 10 de 2014, de Instituto Politécnico Nacional de México D.F.:
<http://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/15834/tesis%20erick.pdf?sequence=1>
- Martini, J. (29 de 01 de 2014). "*Análisis del proceso de comercialización de semillas forestales y ornamentales en dos centros de semillas*". Recuperado el 20 de 10 de 2014, de UNIVERSIDAD DE CHILE:
https://www.academia.edu/1415040/AN%C3%81LISIS_DEL_PROCESO_DE_COMERCIALIZACION_DE_SEMILLAS_FORESTALES_Y_ORNAMENTALES_EN_DOS_CENTROS_DE_SEMILLAS
- Modrego, F., & Sanclemente, X. (05 de 12 de 2007). *La Red de Comercialización de la Fresa en Michoacán, México*. Recuperado el 25 de 11 de 2014, de Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural RIMISP: http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1366829412dtr7_fresamichoacan.pdf
- Modrego, F., & Sanclemente, X. (05 de 12 de 2007). *La Red de Comercialización de la Fresa en Michoacán, México*. Recuperado el 25 de 11 de 2014, de Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural RIMISP.
- MRCEI. (s.f.). *Ministerio de Comercio Exterior*. Recuperado el 16 de 11 de 2014, de Ministerio de Comercio Exterior: <http://www.comercioexterior.gob.ec/>
- MRL. (s.f.). *Ministerio de Relaciones Laborales*. Recuperado el 12 de 11 de 2014, de Ministerio de Relaciones Laborales: <http://www.trabajo.gob.ec/>
- MRL. (s.f.). *Ministerio de Relaciones Laborales*. Recuperado el 30 de 10 de 2014, de Ministerio de Relaciones Laborales: www.relacioneslaborales.gob.ec/

- Parreño, A. (17 de 07 de 2013). *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de plantas ornamentales y flores no tradicionales a Estados Unidos*. Recuperado el 23 de 10 de 2014, de Universidad Internacional de Las Americas:
<http://dspace.internacional.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/90/1/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20PRODUCCI%C3%93N%20Y%20EXPORTACI%C3%93N%20DE%20PLANTAS%20ORNAMENTALES%20Y%20FLORES%20NO%20TRADICIONALES%20A%20ESTADOS%20UNIDOS.pdf>
- Pillajo, M. (03 de 08 de 2012). *“Diseño de un sistema contable en la producción, comercialización de plantas ornamentales, frutales, forestales y servicio de jardines en el vivero servi & plantas, ubicado en la parroquia de Nayón”*. Recuperado el 12 de 10 de 2014, de Universidad Central del Ecuador:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/987/1/T-UCE-0003-110.pdf>
- PNBV, 2. -2. (2009). *Senplades*. Quito: Senplades.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Mexico: Mc graw hill.
- Pozo, D. (28 de 07 de 2011). *“Estudio de factibilidad para la creación de un vivero productivo de plantas forestales, frutales, ornamentales en el Colegio Nacional Galo Plaza Lasso de la parroquia de San Vicente de Pusir”*. Recuperado el 17 de 10 de 2014, de Universidad Técnica del Norte:
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/875/1/02%20ICA%20103%20TESIS.pdf>
- PROECU. (s.f.). *PRO ECUADOR*. Recuperado el 20 de 11 de 2014, de PRO ECUADOR:
<http://www.proecuador.gob.ec/en/>
- Quijia, R. (16 de 05 de 2011). *“Estructuración y operativización de una asociación para potenciar la producción y comercialización de plantas ornamentales en la Parroquia rural de Nayón del Cantón Quito, Provincia de Pichincha”*. Recuperado el 13 de 10 de 2014, de Universidad Politécnica Salesiana:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1497/7/UPS-ST000699.pdf>
- Schumpeter, J. (1935). *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico*.

ANEXO

Anexo 1.

SUMINISTROS DE OFICINA.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	P. UNIT.	CANT.	TOTAL SEMESTRAL
Resmas de papeles	U	\$ 4,80	2,00	\$ 9,60
Tóner Hp A85	U	\$ 20,00	1,00	\$ 20,00
Caja Clips (ALEX)	Caja	\$ 0,35	1,00	\$ 0,35
Caja Clips Mariposa	Caja	\$ 0,76	1,00	\$ 0,76
Cajas de Grapas (ALEX)	Caja	\$ 0,75	1,00	\$ 0,75
Carpeta Manila	u	\$ 0,10	30,00	\$ 3,00
Cinta Scott	u	\$ 0,40	1,00	\$ 0,40
Liquid Paper Pluma (Correctores)	u	\$ 2,00	1,00	\$ 2,00
Caja de Lápices	Caja	\$ 2,50	1,00	\$ 2,50
Caja de Plumas	Caja	\$ 6,00	1,00	\$ 6,00
TOTAL				\$ 45,36

SUMINISTROS DE LIMPIEZA.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	P. UNIT.	CANT.	TOTAL SEMESTRAL
Papel Higiénico	u	\$ 0,50	10,00	\$ 4,00
Jabón	u	\$ 0,70	2,00	\$ 1,40
Trapeador	u	\$ 2,50	2,00	\$ 5,00
Escoba	u	\$ 2,00	2,00	\$ 4,00
Desinfectante	Galón	\$ 6,00	2,00	\$ 12,00
Cloro	Galón	\$ 5,00	2,00	\$ 4,00
TOTAL				\$ 30,40

RESUMEN DE SUMINISTROS DE OFICINA Y DE LIMPIEZA.

SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	SEMESTRAL	TOTAL ANUAL
Suministros de oficina	\$ 45,36	\$ 90,72
Suministros de limpieza	\$ 30,40	\$ 60,80
TOTAL	\$ 82,76	\$ 165,52

REPARACION Y MANTENIMIENTO, Y SEGURIDAD DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO			
RUBRO	VALOR TOTAL	%	REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO
Edificación	\$ 11.900,00	4%	\$ 476,00
Muebles y enseres	\$ 546,60	4%	\$ 21,86
Equipos de Oficina	\$ 98,76	4%	\$ 3,95
Equipos de Computo	\$ 790,00	4%	\$ 31,60
Vehículos	\$ 14.000,00	4%	\$ 560,00
TOTAL			\$ 1.093,41
SEGUROS			
RUBRO	VALOR TOTAL	%	REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO
Edificación	\$ 11.900,00	1%	\$ 119,00
Muebles y enseres	\$ 546,60	1%	\$ 5,47
Equipos de Oficina	\$ 98,76	1%	\$ 0,99
Equipos de Computo	\$ 790,00	1%	\$ 7,90
Vehículos	\$ 14.000,00	1%	\$ 140,00
TOTAL			\$ 273,35

REPARACION Y MANTENIMIENTO, Y SEGURIDAD DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN.

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO			
RUBRO	VALOR TOTAL	%	REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO
Edificación	\$ 4.169,60	4%	\$ 166,78
Maquinarias	\$ 500,00	4%	\$ 20,00
TOTAL			\$ 186,78
SEGUROS			
RUBRO	VALOR TOTAL	%	REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO
Edificación	\$ 4.169,60	1%	\$ 41,70
Maquinarias	\$ 500,00	1%	\$ 5,00
TOTAL			\$ 46,70

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
PRODUCCIÓN		\$ 20,00	\$ 240,00
Luz	\$ 20,00		
ADMINISTRACIÓN		\$ 40,00	\$ 480,00
Luz	\$ 30,00		
Teléfono	\$ 10,00		
Total		\$ 60,00	\$ 720,00

Anexo 2.

FORMACIÓN DE LA EMPRESA ENTRE LOS PRODUCTORES LINDEROS DEL RECINTO LINDEROS DE VENECIA.

Los productores de plantas ornamentales del Recinto Linderos de Venecia decidieron formar una empresa para poder iniciar sus actividades, de comercialización de plantas ornamentales en el centro de acopio propuesto. Mediante esta decisión que los productores tomaron, se detallan los siguientes requisitos que fueron necesarios adjuntar para la formación de una empresa legalmente establecida.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CENTRO DE ACOPIO.

Estará ubicada en el Km. 5 de la Vía Milagro a Naranjito. En la que se llevara a cabo todas las actividades previstas en el negocio.

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.

La Razón Social que decidieron darle a la empresa los productores es “**PRODUPLANTAS**” y con dicho nombre la registraron en la Superintendencia de Compañías, para su revisión respectiva en cuanto al nombre.

ESCRITURA DE LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA.

La escritura fue redactada en la oficina del Ab. Niquita Pérez, en la ciudad de Milagro. Y posteriormente dicha escritura fue inscrita en la Notaria Segunda del Cantón, por el Ab. Washington Viera Pico en derecho de sus funciones.

REGISTRO MERCANTIL

Una vez aprobada la empresa y registrada en la Superintendencia de Compañía, por medio del departamento Jurídico. Se la inscribió en el Registro Mercantil de la Ciudad de Guayaquil, con la documentación respectiva del Representante Legal el Sr. Gabriel Freire.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍA

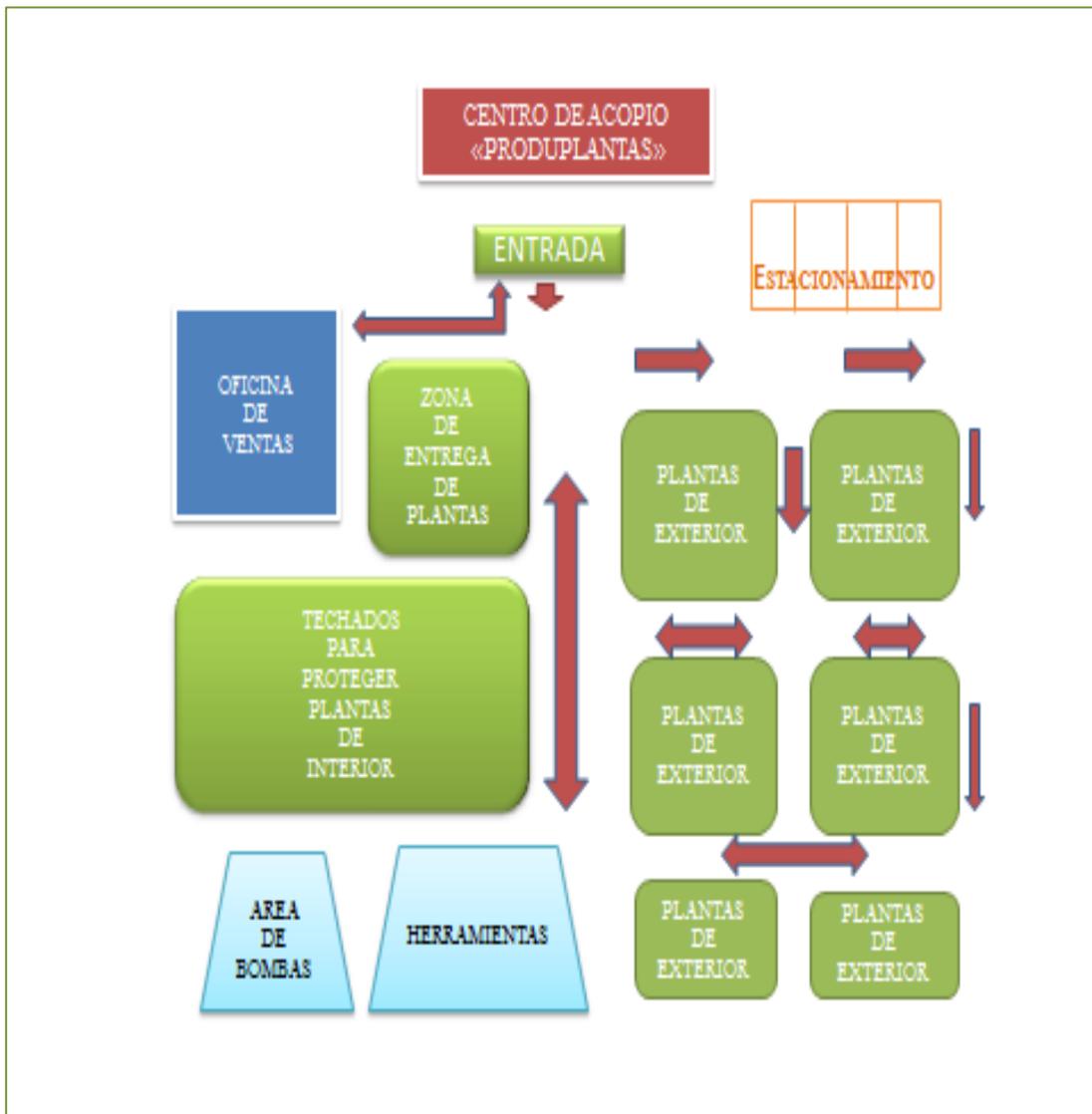
Una vez inscrita en el Registro Mercantil, la documentación fue entregada en la Superintendencia de Compañías para su respectiva inscripción en el Libro de Registro.

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE (RUC)

1. Para la obtención del Ruc necesitaron los siguientes requisitos del Representante Legal:
2. Escritura de Constitución de Nombramiento del Representante legal.
3. Presentar el original y entregar una copia de Cedula de Identidad del representante legal.
4. Presentar el Certificado de votación del último proceso electoral del representante legal.
5. Copia de un documento que certifique la dirección domiciliaria.

Anexo 3.

ORGANIZACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO «PRODUPLANTAS».



ELABORADO: Autora de la tesis

Anexo 4.

DISEÑO DEL LOGO DEL CENTRO DE ACOPIO PRODUPLANTAS



Anexo 5.

Modelo de la encuesta realizada a los productores de plantas ornamentales del Recinto en estudio.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE PLANTAS ORNAMENTALES DEL RECINTO LINDEROS DE VENECIA

DATOS PERSONALES

Fecha: _____

Nombre del Productor(a): _____

Edad: _____

Sexo: _____

DATOS DEL NEGOCIO

Nombre del Vivero: _____

1. ¿Cuántos años tiene usted en el negocio de venta de plantas ornamentales?

1 año a 5 años _____

5 años a 10 años _____

10 años a 20 años _____

20 en adelante _____

2. ¿Cómo considera usted su actual sistema de ventas?

Bueno _____ Regular _____ Deficiente _____

3. ¿Cree usted que las ventas han ido decayendo en estos últimos años?

Sí _____ No _____

4. ¿En qué épocas del año bajan las ventas de plantas ornamentales?

Invierno _____ Verano _____

5. ¿A qué tipo de estos factores considera usted que se deba la disminución de las ventas?

Ingreso de intermediarios _____

Falta de infraestructura en los viveros _____

Poca accesibilidad a los viveros por época invernal _____

Falta de publicidad en el sector _____

6. ¿Con la experiencia que usted tiene en este negocio, y con una inversión adecuada se podría obtener las variedades y volumen necesarios de plantas ornamentales para enfrentar la demanda?

Sí _____ No _____

7 ¿Qué tipo de variedades usted ofrece?

Variedades de interior _____ Variedades de exterior _____

8. ¿Ha recibido préstamos de alguna Institución Financiera para su negocio?

Sí _____ No _____

Si la respuesta es No, por favor pasar a la pregunta # 10

9. ¿De qué tipo de institución Financiera recibió el crédito?

Instituciones Financieras Publicas _____

Instituciones Financieras Privadas _____

10. ¿Si tuviera la oportunidad de asociarse con otros productores, y poder vender directamente al público, lo haría?

Sí _____ No _____

11. ¿Le gustaría participar en la creación de un centro de acopio para la distribución y venta de plantas ornamentales?

Sí _____ No _____

12. ¿Estaría dispuesto a invertir para la creación del centro de acopio?

Sí _____ No _____

Anexo 6.

VALIDACIÓN

DOCUMENTO DE VALIDACIÓN

Por medio del presente documento de validación, Yo, Andrés Patricio Molina Narváez, portador de la cédula de identidad # 091655836-4, de profesión Ingeniero Comercial, luego de haber revisado la propuesta titulada: **IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE PLANTAS ORNAMENTALES PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS INGRESOS DE LOS PRODUCTORES DEL RECINTO LINDEROS DE VENECIA DEL CANTÓN MILAGRO**, elaborada por el Señorita Jenny Villalta, puedo indicar que la misma cuenta con una estructura ordenada, fuerte, y acorde a las necesidades detectadas para la institución donde se aplicará.

Por esta razón valido el documento y sugiero su aplicación.

Autorizo a la señorita Jenny Villalta a hacer uso de la presente certificación como lo crea conveniente.

Babahoyo, Marzo 12 del 2015

Lo valido,



CURRICULUM VITAE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS	Molina Narváez
NOMBRES	Andrés Patricio
Número de cedula	0916558364
Teléfono	0992309691
Dirección	Urb. Málaga 2 Mz 1 Solar 13
Correo electrónico	amolinan81@gmail.com amolinan@los-rios.gob.ec

TÍTULOS OBTENIDOS

UNIVERSIDAD DE ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL	Ingeniero Comercial mención en Finanzas y Emprendimiento.
---	---

EXPERIENCIA LABORAL

FADESA S.A.	ASISTENTE DE COBRANZAS	2004-2005
LATIENVASE S.A.	ASISTENTE DE COBRANZAS Y RECURSOS HUMANOS	2005
MODULAR METALS INC. CORPORTED	SENIOR MANAGER	2005-2006
GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PROVINCIA DE LOS RIOS	SERVIDOR PUBLICO 3	2008-Actualidad