



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE CARDO Y ELABORACIÓN  
DE ARREGLOS FLORALES EN LA PARROQUIA DE SAN  
ANTONIO, CANTÓN IBARRA**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

**AUTORAS:** LECHÓN, P. Violeta. E.

VALLEJO, P. María. N.

**DIRECTOR:** Eco. Estuardo Ayala

**IBARRA, Febrero del 2014**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio busca comprobar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a producir y vender arreglos florales elaborados en base a cuatro tipos de cardo, como son: Silvestre, Carduus, Picnomon acarna y Scolymus hispanicus, en la parroquia de San Antonio, Cantón Ibarra, de manera eficiente y eficaz; el suelo de la parroquia es de origen volcánico denominado negros andinos por su elevado contenido de materia orgánica, buena capacidad de retención de agua, suelos francos, franco arenoso, franco arcilloso apto para producir todo tipo de flores, de clima templado y cálido. El proyecto se encuentra estructurado con un diagnóstico situacional, el cual es una radiografía del lugar donde se va a ubicar el proyecto, en el que se determinó condiciones de vida de la población de la parroquia, principales actividades productivas y económicas. Mediante un estudio de mercado se pudo identificar, que la creación de este proyecto tiene acogida, ya que se cuenta con el apoyo de la población, lo cual permitió determinar la oferta y demanda existente para sustentarla creación de la nueva empresa a implantarse. Con este proyecto se creara nuevas fuentes de empleo para el desarrollo económico y social tanto de la parroquia como del cantón. La inversión es alta, pero se recupera en un período prudente, mismo que se realizará a través de la Corporación Financiera Nacional, con esto el proyecto asegura una buena rentabilidad y crecimiento constante, encaminado a innovar cada día para cubrir las diferentes demandas. Mediante el estudio de impactos se pudo determinar cambios económicos, sociales, ambientales, culturales y empresariales que afectan de manera positiva al desarrollo de la parroquia, dichos impactos estarán en constante control y monitoreo para así mantener un manejo adecuado del entorno dentro y fuera de la empresa. Por las razones expuestas anteriormente se puede afirmar que el presente proyecto es económica y técnicamente viable de ejecutarlo.

## SUMMARY

The present study seeks to verify the feasibility for the creation of a company dedicated to producing and selling floral arrangements elaborated on the basis of four types of thistle, since they are: Wild, Carduus, Picnomon acarna and Scolymus hispanicus, in the parish of San Antonio, Canton Ibarra, in an efficient and effective way; the soil of the parish is of volcanic origin named Andean blacks for his high content of organic matter, good capacity of water retention, soils Francs, sandy Franc, clayey suitable Franc to produce all kinds of flowers, of moderate and hot climate. The project is structured by a situational diagnosis, which is a local X-ray photography where there is going to be located the project, in which one determined living conditions of the population of the parish, principal productive and economic activities. A market research it was possible to identify, that the creation of this project has reception, since one counts with the support of the population, which allowed to determine the offer and existing demand to sustain the creation of the new company to be implanted. With this project new sources of employment were created for the economic and social development both of the parish and of the canton. The investment is high, but there recovers in a prudent period, same that will be realized across the Financial National Corporation, with this the project assures good profitability and constant growth, in travelled to innovating every day to cover the different demands. By means of the study of impacts it was possible to determine economic, social, environmental, cultural and managerial changes that they affect in a positive way to the development of the parish, the above mentioned impacts they will be in constant control and monitoring this way to support a suitable managing of the environment inside and out of the company. For the exposed reasons previously it is possible to affirm that the present project is economic and technically viable of executing it.

## AUTORÍA

Yo, Violeta Elizabeth Lechón Páez, portadora de la cédula de identificación N° 100326093-0 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE CARDO Y ELABORACIÓN DE ARREGLOS FLORALES EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



**Violeta Elizabeth Lechón P.**

C.I 100326093-0

## AUTORÍA

Yo, María Nancy Vallejo Piedra, portadora de la cédula de identificación N° 100369397-3 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE CARDO Y ELABORACIÓN DE ARREGLOS FLORALES EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra, Agosto del 2019



**María Nancy Vallejo P.**

C.I 100369397-3

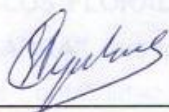
DIRECTOR

## CERTIFICACIÓN

En calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas:  
Violeta Elizabeth Lechón Páez y Vallejo Piedra María Nancy, para optar por  
el Título de **Ingenieras en Contabilidad y Auditoría; CPA**, cuyo tema es:  
**“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de  
Producción de Cardo y Elaboración de Arreglos Florales en la  
Parroquia de San Antonio, Cantón Ibarra”**

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes  
para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del  
tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Agosto del 2013.



Econ. Estuardo Ayala

**DIRECTOR**

Violeta Elizabeth Lechón Páez

María Nancy Vallejo Piedra

100320093-0

Fecha: 27 días del mes de febrero del 2014



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Violeta Elizabeth Lechón Páez, con cédula de identidad Nro. 100326093-0 y María Nancy Vallejo Piedra, con cédula de identidad Nro. 100369397-3, manifestamos la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales con sagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5, 6, en calidad de autores de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE CARDO Y ELABORACIÓN DE ARREGLOS FLORALES EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Violeta Elizabeth Lechón Páez

100326093-0

María Nancy Vallejo Piedra

100369397-3

Ibarra a los 24 días del mes de febrero del 2014



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA

## UNIVERSITARIA



### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN FAVOR DE LA UNIVERDSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100326093-0	100369397-3
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Violeta Elizabeth Lechón Páez	María Nancy Vallejo Piedra
<b>DIRECCIÓN:</b>	San Antonio-Bellavista	San Antonio-Las Orquídeas
<b>EMAIL:</b>	violetaelizabethl@hotmail.com	Mariss_v_19@hotmail.com
<b>TELEFONO FIJO:</b>		
<b>TELEFNO MÓVIL:</b>	0986011701	0999258794



<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Producción de Cardo y Elaboración de Arreglos Florales en la Parroquia de San Antonio, Cantón Ibarra.</b>
<b>AUTORES:</b>	Violeta Elizabeth Lechón Páez   María Nancy Vallejo Piedra
<b>FECHA:</b>	
<b>TÍTULO POR EL QUE SE OPTA:</b>	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	Econ. Estuardo Ayala

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, Violeta Elizabeth Lechón Páez, con cédula de identidad Nro. 100326093-0 y María Nancy Vallejo Piedra, con cédula de identidad Nro. 100369397-3, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144

Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 24 días del mes de Febrero de 2014

**LOS AUTORES:**



Violeta Elizabeth Lechón Páez

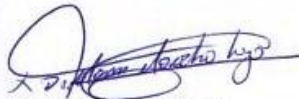
100326093-0



María Nancy Vallejo Piedra

100369397-3

**ACEPTACIÓN**



Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por la resolución del Consejo Universitario

## **DEDICATORIA**

La concepción de este proyecto está dedicada a mis padres quienes son pilares fundamentales en mi vida, quienes me brindaron su apoyo incondicional y confianza, a Dios quien me acompaña en cada paso que doy y me ayuda a superar los obstáculos que día a día se presentan consiguiendo así la culminación del este proyecto de investigación.

Violeta

El esfuerzo, sacrificio y desvelos de cinco años de estudio y la satisfacción de culminar con éxito mi carrera universitaria con la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad Y Auditoría C.P.A, le dedico a Dios por regalarme una vida llena oportunidades, a mis padres, hermanos, amigos, y a todos quienes de una u otra manera siempre estuvieron brindándome su apoyo incondicional en el desarrollo de este arduo trabajo.

Mary

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro agradecimiento a nuestros Padres quienes son los forjadores del espíritu de superación que nos han permitido culminar la carrera universitaria.

Ha cada uno de mis maestros que con gran voluntad y paciencia, impartieron sus conocimientos durante esta etapa estudiantil, en especial al Economista Estuardo Ayala Director de Tesis, por su colaboración incondicional en el desarrollo del presente Trabajo.

A todos quienes conforman la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (FACAE).

Violeta y María

## **PRESENTACIÓN**

La presente investigación científica denominada “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Producción de Cardo y Elaboración de Arreglos Florales en la Parroquia de San Antonio, Cantón Ibarra, halla estructurado de 7 capítulos los mismos que en forma sintética se presentan a continuación:

El primer capítulo corresponde al Diagnóstico Situacional en el que se realiza un análisis interno y externo de la Parroquia de San Antonio de Ibarra, además se observó aspectos sociales, productivos y culturales, analizados desde el punto de vista económico, agrícola, industrial, comercial, gastronómico, turístico, poblacional, educación, salud y vivienda.

El segundo capítulo, hace referencia a las Bases Teóricas y Científicas en sustento a una investigación bibliográfica, a través de conceptos y teorías referentes al proyecto, mercado, administración, contabilidad y evaluadores financieros, así como también información secundaria de expertos y autores en los diferentes componentes de un estudio de factibilidad.

El tercer capítulo denominado Estudio de Mercado, en el que se determinaron: muestra poblacional, mercado meta, análisis de la oferta, análisis de la demanda, demanda Insatisfecha, precios y comercialización, cabe mencionar que se realizó una investigación de campo con encuestas y entrevistas.

El cuarto capítulo es el Estudio Técnico en el que se realizó con la finalidad de determinar técnicamente el tamaño del proyecto, la macro y micro localización, la ubicación de la empresa, diseño y distribución de las instalaciones, flujograma de procesos, maquinaria, equipos, mano de obra y Talento Humano.

El quinto capítulo corresponde a la Evaluación Financiera y Económica, se encuentran registrados todos los ingresos y gastos, mano de obra, costos fijos, costos variables, balances que detallan la situación y proyección de los rubros del proyecto, con su respectivo análisis para determinar si el proyecto es o no viable.

El sexto capítulo es la Estructura Organizacional y Funcional de la empresa, en la cual se especifican aspectos como: la misión, visión, valores, principios, objetivos, organigrama estructural y manual de funciones.

El capítulo séptimo son los Impactos que generará el proyecto en el ámbito económico, social, ambiental, cultural y empresarial. Finalmente se da a conocer las conclusiones y reconocimientos a los cuales se ha llegado después de haber realizado la investigación.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORÍA.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERDSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	viii
DEDICATORIA .....	xi
AGRADECIMIENTO .....	xii
PRESENTACIÓN.....	xiii
ÍNDICE GENERAL.....	xv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxvii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xxviii
SIMBOLOGÍA .....	xxix
CAPÍTULO I.....	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	30
Matriz Diagnóstica .....	30
Ubicación Geográfica del Área de Estudio .....	31
Historia de la Parroquia de San Antonio de Ibarra.....	31



Aspectos Administrativos de la Parroquia de San Antonio .....	32
Población de San Antonio de Ibarra .....	33
Población Económicamente Activa (Pea) .....	35
Servicios Básicos.....	36
Aspectos Sociales.....	36
Economía.....	37
. Sector Agropecuario .....	37
Sector Comercial .....	37
Educación Salud y Vivienda.....	38
Matriz AOOR.....	40
Determinación de la Oportunidad de la Inversión. ....	41
CAPÍTULO II.....	42
BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS .....	42
La Empresa.....	42
Definición de Empresa.....	42
Clasificación de las Empresas .....	42
La Empresa.....	43
Definición de Empresa .....	43
Características de una Empresa.....	43
Producción de Cardo .....	44
Concepto de Cardo.....	44
Beneficios del Cardo.....	45
Estudio de Mercado .....	46
Producto .....	46

Mercado Meta.....	46
Segmento de Mercado.....	46
Oferta.....	47
Demanda.....	47
Precio.....	47
Comercialización.....	48
Estudio Técnico.....	49
Tamaño del Proyecto.....	50
Localización del Proyecto.....	50
Ingeniería del Proyecto.....	51
Estudio Financiero.....	54
Ingresos.....	54
Egresos.....	54
Estado de Situación Financiera.....	57
Estado de Resultados.....	58
Flujo de Caja.....	58
Evaluación Financiera.....	58
Estructura Organizacional.....	60
Misión.....	60
Visión.....	61
Organización Estructural.....	61
Impactos.....	62
Impactos Social.....	62
Impacto Económico.....	63

Impacto Ambiental .....	63
Empresarial.....	63
Cultural .....	64
CAPÍTULO III .....	65
ESTUDIO DE MERCADO.....	65
Presentación.....	65
Matriz Diagnóstica de Relación de Estudio de Mercado .....	66
Producto .....	67
Cardo .....	67
Características Nutricionales y Medicinales.....	67
Segmento de Mercado.....	69
Niveles de Ingreso y Posición Geográfica .....	69
Segmento de Mercado (Población Total).....	70
Segmento de Mercado.....	70
Identificación de la Población.....	72
Mercado Meta.....	73
Análisis de la Demanda .....	74
Demanda Actual del Producto año 2013 .....	83
Proyección de la Demanda.....	85
Proyección de la Demanda Anual.....	86
Análisis de la Oferta.....	87
Oferta Actual del Producto .....	87
Determinación de la Demanda Insatisfecha Proyectada .....	91
Cantidad Proyectada. ....	92

Determinación del Precio del Producto .....	94
Comercialización del Cardo .....	95
Comercialización.....	95
Presentación y Calidad del Producto .....	96
Promoción y Publicidad .....	99
CAPÍTULO IV.....	101
ESTUDIO TÉCNICO .....	101
Tamaño del Proyecto.....	101
Estudio de Mercado .....	101
Disponibilidad de Materia Prima .....	101
Disponibilidad de Mano de Obra.....	102
Disponibilidad de Recursos Financieros .....	102
Disponibilidad de Infraestructura Física .....	103
Localización de Proyecto .....	103
Macrolocalización .....	103
Microlocalización.....	104
Ingeniería del Proyecto .....	107
Tecnología .....	107
Procesos Productivos .....	107
Flujograma de Producción .....	108
Descripción de los Procesos.....	110
Maquinaria y Equipo .....	116
Ingeniería Civil .....	118
Inversión .....	118

Inversión fija.....	118
Inversión Diferida.....	121
Capital de Trabajo.....	121
Inversión Total del Proyecto .....	122
Financiamiento.....	122
Talento Humano .....	122
CAPITULO V.....	124
EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO .....	124
Determinación de Ingresos Projectados .....	124
Determinación de Egresos.....	125
Costos De Producción .....	125
Gastos Administrativo .....	133
Gasto de Ventas .....	140
Tabla de Amortización del Préstamo .....	142
Depreciación de Activos Fijos .....	142
Estado Situación Financiera .....	143
Estado de Resultados.....	144
Flujo de Caja.....	145
Evaluación Financiera.....	146
Costo de Oportunidad.....	146
Cálculo del Valor Actual Neto (VAN).....	146
Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	147
Relación Beneficio-Costo.....	149
Relación Ingresos-Egresos .....	149

Punto de Equilibrio.....	150
Periodo de Recuperación de la Inversión .....	153
CAPÍTULO VI.....	156
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	156
Aspecto Legal de la Empresa .....	156
Organización de la Empresa.....	157
La Empresa.....	157
Misión .....	157
Visión .....	157
Política de Calidad.....	158
Objetivos Organizacionales .....	158
Valores Corporativos .....	160
Organización Estructural.....	160
Organigrama Estructural.....	160
Orgánico Funcional.....	161
Funciones y Descripción del Puesto .....	161
CAPÍTULO VII.....	170
ANÁLISIS DE IMPACTOS .....	170
Impacto Económico .....	171
Rentabilidad del Proyecto .....	171
Costos de Producción.....	171
Incentivo al Consumo .....	171
Ingresos de la Empresa .....	171
Impacto Social .....	172

Fuentes de Empleo .....	172
Cultura Empresarial de Producción y Comercialización .....	173
Contribuir al Desarrollo Socio-Económico de la Parroquia de San Antonio de Ibarra .....	173
Impacto Ambiental .....	174
Conservación del Medio Ambiente .....	174
Aprovechamiento de Recursos .....	174
Impacto Cultural.....	175
Valores y pautas culturales .....	175
Responsabilidad personal.....	175
Empresarial.....	176
Estrategias Innovadoras .....	176
Relaciones Comerciales .....	176
Cultura Organizacional .....	176
Impacto General del Proyecto.....	178
CONCLUSIONES .....	179
RECOMENDACIONES.....	181
BIBLIOGRAFÍA.....	182
LINKOGRAFÍA.....	183
ANEXO 1 .....	185
ANEXO 2 .....	187
ANEXO 3 .....	189
ANEXO 4 .....	190
ANEXO 5 .....	191



ANEXO 6 ..... 192

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Análisis situacional.....	30
Cuadro 2 Tipo de Actividad.....	35
Cuadro 3 Educación .....	39
Cuadro 4 Matriz AOOD.....	40
Cuadro 5 Matriz Diagnóstica.....	66
Cuadro 6 Criterios De Segmentación De Mercado .....	69
Cuadro 7 Distribución De La Población De San Antonio De Ibarra .....	70
Cuadro 8 Distribución De La Población De San Antonio De Ibarra .....	70
Cuadro 9 Proyección Del Año 2018.....	72
Cuadro 10 Arreglos Florales de Cardo .....	75
Cuadro 11 Compra por .....	76
Cuadro 12 Lugar de Compra .....	77
Cuadro 13 Frecuencia de Compra.....	78
Cuadro 14 Característica del Arreglo Floral.....	79
Cuadro 15 Pago de Arreglo Floral .....	80
Cuadro 16 Variedad Arreglos Florales.....	81
Cuadro 17 Compra de Arreglos Florales .....	82
Cuadro 18 Proyección de la Demanda en Cantidad de Producto.....	85
Cuadro 19 Proyección de la Demanda en Cantidad de Producto.....	86
Cuadro 20 Oferta de Arreglos Florales de la Ciudad de Ibarra al 2013 ...	88
Cuadro 21 Total de la Oferta de arreglos florales .....	88
Cuadro 22 Proyección de la Oferta Anual de Arreglos Florales Pequeños con la Tasa de Crecimiento del 2,5% .....	89

Cuadro 23 Proyección de la Oferta Anual de Arreglos Florales Medianos con la Tasa de Crecimiento del 2,5% .....	90
Cuadro 24 Proyección de la Oferta Anual de Arreglos Florales Grandes con la Tasa de Crecimiento del 2,5% .....	90
Cuadro 25 Cantidad Proyectada de Arreglos Florales Pequeños.....	91
Cuadro 26 Cantidad Proyectada de Arreglos Florales Medianos .....	92
Cuadro 27 Cantidad Proyectada de Arreglos Florales Grandes .....	92
Cuadro 28 Demanda Insatisfecha Proyectada de Arreglos Florales Pequeños.....	93
Cuadro 29 Demanda Insatisfecha Proyectada de Arreglos Florales Medianos .....	93
Cuadro 30 Demanda Insatisfecha Proyectada de Arreglos Florales Grandes.....	94
Cuadro 31 Proyección Precio del Producto .....	95
Cuadro 32 Matriz de Localización del Proyecto .....	106
Cuadro 33 Procesos de Producción .....	107
Cuadro 34 Flujograma de Producción .....	109
Cuadro 35 Requerimientos para el Área de Producción.....	117
Cuadro 36 Requerimiento para el Área de Bodega .....	117
Cuadro 37 Requerimiento para el Área de Administración .....	117
Cuadro 38 Requerimiento para el Área de Ventas .....	117
Cuadro 39 Vehículo .....	118
Cuadro 40 Maquinaria Equipos y Utensilios de Producción .....	119
Cuadro 41 Muebles y Equipos de Oficina.....	120
Cuadro 42 Equipos de Cómputo.....	120

Cuadro 43 Resumen de la Inversión Fija.....	120
Cuadro 44 Gastos de Constitución .....	121
Cuadro 45 Capital de Trabajo.....	121
Cuadro 46 Inversión Total del Proyecto.....	122
Cuadro 47 Financiamiento.....	122
Cuadro 48 Talento Humano.....	123
Cuadro 49 Determinación de Ingresos .....	124
Cuadro 50 Materia Prima.....	125
Cuadro 51 Porcentaje De Incremento De Sueldos Y Salarios.....	126
Cuadro 52 Proyección Del Salario Unificado Al Personal Producción ...	126
Cuadro 53 Proyección Gasto Total De Sueldos Personal .....	127
Cuadro 54 Materia Prima Indirecta .....	127
Cuadro 55 Otros Costos Indirectos de Fabricación .....	128
Cuadro 56 Resumen de Costos de Producción.....	129
Cuadro 579 Resumen de Costos de Mano de Obra Directa por Cada Arreglo Floral .....	131

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Arreglos Florales de Cardo.....	75
Gráfico 2 Compra por .....	76
Gráfico 3 Lugar de Compra .....	77
Gráfico 4 Frecuencia de Compra .....	78
Gráfico 5 Característica del Arreglo Floral .....	79
Gráfico 6 Pago de Arreglo Floral.....	80
Gráfico 7 Variedad Arreglos Florales .....	81
Gráfico 8 Compra de Arreglos Florales.....	82
Gráfico 9 Tipos de Cardo .....	113
Gráfico 10 Recolección de Cardo .....	114
Gráfico 11 Tinturado de Cardo.....	115
Gráfico 12 Tinturado de Cardo.....	115
Gráfico 13 Diseño Elaboración .....	116
Gráfico 14 Diseño Elaboración .....	116
Gráfico 15 Organigrama Estructural de “Flores y Diseños S. A.” .....	161

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Comercialización del Producto .....	95
Ilustración 2 Presentación del Producto.....	96
Ilustración 3 Logotipo de la Empresa.....	97
Ilustración 4 Tarjeta de Presentación de la Empresa.....	97
Ilustración 5 Macrolocalización .....	104
Ilustración 6 Ubicación de las Hectáreas .....	118

## **SIMBOLOGÍA**

**MOD:** Mano de Obra Directa

**MOI:** Mano de Obra Indirecta

**MPD:** Materia Prima Directa

**CIF:** Costos Indirectos de Fabricación

**MPI:** Materia Prima Indirecta

**Mtr:** Metros

**Lbr:** Libras

**Kw:** Kilovatios

**Kg:** Kilogramos

**H:** Hora



## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Matriz Diagnóstica

**Cuadro 1** Análisis situacional

	OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTOS
1	Conocer la historia de la parroquia de San Antonio de Ibarra	Historia	Población en general Gobierno Parroquial	Gobierno Provincial de Imbabura	*Observación *Encuesta *Entrevista
2	Conocer la población de la parroquia de San Antonio de Ibarra	Demografía	*Población en general. *Género, edad. *Población Económica-mente Activa (PEA)	Documental Bibliográfica	*Observación *Encuesta *Entrevista
3	Conocer la situación económica de la parroquia de San Antonio de Ibarra	Sectores económicos	*Sector agropecuario *Sector industrial *Sector servicios	Documental Bibliográfica	*Observación (Análisis)
4	Analizar la situación sobre la parroquia de San Antonio de Ibarra	*Educación *Vivienda *Salud	*Niveles de educación *Servicios médicos *Número de viviendas *Formas de vivir *Servicios básicos	Documental	*Observación (Análisis)
5	Analizar la infraestructura básica de la parroquia de San Antonio de Ibarra	*Energía eléctrica *Agua potable *Alcantarillado *Telefonía	*Formas de vivir *Servicios básicos	Gobierno provincial de Imbabura	*Observación *Encuesta *Entrevista

Elaborado por: Las Autoras

## **1.2. Ubicación Geográfica del Área de Estudio**

San Antonio está ubicado en la provincia de Imbabura, a 5,5 Km. Del cantón Ibarra, ocupa una superficie de 29, 07 Km<sup>2</sup> y su población es de 17.522 habitantes aproximadamente.

San Antonio de Ibarra está situado en el hemisferio norte a 40 km. aproximadamente de la línea equinoccial, es decir a más o menos 0° 21´ de latitud norte, y en el mundo occidental a 78° 18´ no exactos de longitud oeste, respecto del meridiano de Greenwich. Su clima y la consistencia de su tierra aportan al cultivo y desarrollo de gran variedad de plantas, desde su nacimiento, ha sido el entorno generoso donde varias generaciones han desarrollado sus actividades diarias para que éste sea un pueblo con características sociales, económicas, culturales y especiales.

## **1.3. Historia de la Parroquia de San Antonio de Ibarra**

San Antonio fue creado civilmente 24 de marzo de 1693, más de un siglo después de su nacimiento. Es un pueblo ecuatoriano y se ubica en la ciudad de Ibarra que pertenece a la provincia de Imbabura, consta entre los destinos turísticos que destacan a la denominada Imbabura Provincia de los Lagos, debido a su potencial artístico y artesanal.

Las artesanías y la escultura forman parte de la cultura y tradición de San Antonio de Ibarra. En 1980 comienza la actividad artesanal en la ciudad con la creación del Liceo Artístico, donde se impartía conocimientos y práctica en pintura, escultura, tallado, y carpintería.

Uno de los personajes más destacados de San Antonio de Ibarra es Daniel Reyes, que en 1868 después del terremoto de Ibarra, se inicia desde niño como un ayudante de los escultores que vinieron desde Quito para restaurar las valiosas piezas de arte de templos e iglesias destruidas, es ahí donde se crea el espíritu sobre esta pasión, que luego lo convertirá en

un referente nacional y en un personaje icono de la identidad sanantonense, debido a su talento y entrega por el arte.

En la actualidad los habitantes de San Antonio sobresalen y dan a conocer todo ese amor y pasión que llevan por su trabajo, atreves de grandiosas piezas de arte que se expones y son apreciadas tanto dentro como fuera del Ecuador.

San Antonio de Ibarra ofrece a sus visitantes varios lugares en donde se puede apreciar y admirar en trozos de madera, lienzos, chipra, piedra o cualquier otro producto alternativo que permita crear verdaderas obras de arte.

Los artesanos tallan además de las figuras religiosas, muebles, estatuas, murales, esculturas clásicas, modernas, mendigos, animales, jarrones y otros a los cuales han incorporado nuevas técnicas en sus acabados.

El turismo en San Antonio de Ibarra, está basado especialmente en la habilidad y destreza de los artesanos, que con sus Recursos Naturales crean maravillosas esculturas. Además cuenta con una gran belleza escénica, de flora y fauna, recursos culturales e históricos que se reflejan en la vocación artística y artesanal de sus habitantes. (<http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/san-antonio-ibarra.php>)

#### **1.4. Aspectos Administrativos de la Parroquia de San Antonio**

En la actualidad cuenta con 17.522 habitantes aproximadamente conformado por 8.595 hombres y 8.927 mujeres, de los cuales el 27 % de la población se dedica al manejo de industrias manufactureras, el 14% de comercialización al por mayor y menor, el 13% a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; entre las principales actividades que en la zona se llevan a cabo (fuente INEC 2010)

San Antonio de Ibarra es una parroquia que se dedica a la agricultura, venta de artesanías, manufacturas pesca y otros

### **1.5. Población de San Antonio de Ibarra**

La parroquia de San Antonio se encuentra ubicada con una extensión de 29.05km, conformada por los siguientes barrios Tanguarín, Santo Domingo, Santa Clara, Pucahuaico, El Dique, La Cruz, La Compañía de Jesús, Occidental, San Agustín, Guallabamba, Loma de soles, Bellavista bajo, Bellavista Alto, Israel, Moras, José Tovar, Andrea Tobar, Chorlaví, Nuevo Hogar, Santa Marianita, Sur, Las Orquídeas, Villa Nueva y Vista Hermosa, con una población de aproximadamente de 17,522 habitantes de acuerdo al censo 2010.

La población de la parroquia de San Antonio de Ibarra se dedica a la agricultura y lo q más prevalece es la actividad artesanal en madera referida específicamente de Carpintería y muebles en línea recta, Muebles tallados, Objetos tallados, Escultura religiosa, Escultura contemporánea, Escultura costumbrista por otra parte los tejidos a mano como los sacos de lana y bordados. Entre otras actividades se encuentran la fabricación de objetos en resinas plásticas, objetos de cerámica, orfebrería y otros.

Los trabajos realizados en madera son realizados por pobladores de la zona los cuales se dedican a la elaboración de muebles el cual alcanza el 50%, seguido por las artesanías artísticas en un 25%, las utilitarias en un 15%.

El nivel de instrucción de los artesanos productores que alcanza el 40% es la primaria, seguido de la instrucción secundaria con el 31%.

El nivel de instrucción de los artesanos productores que alcanza el 40% es la primaria, seguido de la instrucción secundaria con el 31%.

Entre los 26 y 35 años de edad se concentra la mayor parte de los artesanos productores.

La participación de la familia, en la producción artesanal, es muy importante, generalmente los hombres adultos de la casa, realizan el trabajo grande como es tallado o escultura y el resto de la familia, esposa e hijos, realizan los trabajos de acabados como son lijados y decorado del producto. (Algunas mujeres también son excelentes talladoras y escultoras, aunque muy pocas).

Los productores directos distribuidos en el centro parroquial y sus barrios salen a ofrecer sus productos a los 99 locales comerciales localizados en las calles 27 de noviembre, Sucre, Bolívar y alrededores del parque Francisco Calderón de la cabecera parroquial.

Son los dueños de los locales comerciales quienes buscan ofrecer el producto al consumidor final, a través de las ventas directas a quienes visitan su local, las ventas a comerciantes extranjeros, y la participación de eventos feriales nacionales e internacionales. Los canales de distribución a nivel latinoamericano realizan alrededor de 10 núcleos familiares de artesanos productores y distribuidores, es decir, es una forma de venta aún no explotada.

En el caso de los tejidos a mano, generalmente lo que venden no es el producto terminado, sino la mano de obra ya que poseen muy escasos recursos económicos, que no les permite constituirse como vendedoras directas. Esta producción, en su totalidad es ofrecida al mercado de Otavalo (lugar de concentración nacional de productos artesanales).

En un estudio realizado en el sector se destaca que el 44% de los artesanos se dedican únicamente a la producción, el 19% se dedican a producir y comercializar en el mercado nacional, el 3% produce y comercializa en el mercado internacional, el 15% solamente comercializa.

El promedio de mayores ventas al mes está en la temática contemporánea en un 32%, seguida de modelos costumbristas el 19%, religioso el 14% y paisajista el 4%.

### 1.5.1. Población Económicamente Activa (Pea)

Este indicador corresponde a la población que participa en la producción de bienes y servicios, integrando grupos económicos específicos.

**Cuadro 2** Tipo de Actividad

<i>Ibarra</i>	TOTAL	Sí	No				TOTAL	Sí	No
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto
	8.813		100,00		885		10,04	7.928	89,96
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	4		100,00		2		50,00	2	50,00
Industrias manufactureras.	782		100,00		68		8,70	714	91,30
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	2		100,00		1		50,00	1	50,00
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	9		100,00		1		11,11	8	88,89
Construcción.	13		100,00		5		38,46	8	61,54
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	5.042		100,00		297		5,89	4.745	94,11
Transporte y almacenamiento.	64		100,00		15		23,44	49	76,56
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	1.056		100,00		41		3,88	1.015	96,12
Información y comunicación.	413		100,00		157		38,01	256	61,99

Actividades financieras y de seguros.	20	100,00	13	65,00	7	35,00
Actividades inmobiliarias.	23	100,00	7	30,43	16	69,57
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	182	100,00	71	39,01	111	60,99
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	72	100,00	14	19,44	58	80,56
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	47	100,00	11	23,40	36	76,60
Enseñanza.	153	100,00	62	40,52	91	59,48
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	187	100,00	60	32,09	127	67,91
Artes, entretenimiento y recreación.	87	100,00	11	12,64	76	87,36
Otras actividades de servicios.	657	100,00	49	7,46	608	92,54

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Las Autoras

### 1.5.2. Servicios Básicos

Al hablar de los servicios básicos de la Parroquia de San Antonio de Ibarra, se encuentra que es una de las Parroquias más grandes del Cantón Ibarra, considerando que el crecimiento poblacional en los últimos años se ha incrementado notablemente.

### 1.6. Aspectos Sociales

Los planes de desarrollo social contienen las necesidades prioritarias en salud, vivienda, educación, cultura, medio ambiente y manejo de recursos naturales, además de la organización de Empresas productivas o Empresas comunitarias, lo que permitirá en una manera modesta reducir el desempleo y mejorar el ingreso de los hogares.

## **1.7. Economía**

La economía de la Parroquia de San Antonio de Ibarra se basa en dos sectores básicos como son: el agropecuario y servicios.

### **1.7.1. Sector Agropecuario**

El sector agropecuario se constituye en uno de los pilares fundamentales para el desarrollo económico de la Parroquia de San Antonio de Ibarra, pero a pesar de que el agro es una actividad sin apoyo, en Imbabura hay una resistencia tradicional a no abandonar esta labor.

La parroquia de San Antonio de Ibarra como principales productos agrícolas está el frejol, alverja, habas, maíz, también se cuenta con verduras y árboles frutales.

## **1.8. Sector Comercial**

La Parroquia de San Antonio de Ibarra cuenta con una producción agrícola en un 30% y artesanal en un 70% los cuales son exhibidos en la parte centro de la Parroquia

### **a) Turismo**

El turismo se basa especialmente en la habilidad y destreza que tienen los artesanos, que con sus Recursos Naturales crean maravillosos objetos en madera, piedra, cobre, escultura en cemento; acabados en diferentes aplicaciones de la pintura, policromía y que luego son expuestos al turista nacional y extranjero. Existen varias categorías artísticas, entre ellas:

- Tallados y Esculturas en madera
- Cerámicas de Tanguarín
- Tallados en Piedra



- Tejidos en Tanguarín

## **b) Aspectos Culturales**

La Parroquia de San Antonio de Ibarra cuenta con culturas mestizas e indígenas, además existen hallazgos de las diferentes piezas arqueológicas encontradas en el Barrio “Moras”, los habitantes de este importante sector han encontrado varias piezas Arqueológicas auténticas en la Tola “Huataviro”; hallazgo que ha logrado llamar la atención a propios y extraños en nuestro país. Se ha realizado el inventario de todos los bienes encontrados, para su posterior entrega al Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural hasta la construcción de un museo en donde se exhibirán todas las muestras Arqueológicas.

## **1.9. Educación Salud y Vivienda**

### **a) Educación**

Es necesario mencionar que la Parroquia de San Antonio de Ibarra con Instituciones educativas acordes a las exigencias de la actual necesidad, en donde se imparten conocimientos para la vida; y se detalla en el siguiente cuadro:

### **Cuadro 3 Educación**

Instituciones Educativas	Cantidad
Jadines	1
Escuelas	9
Colegios	2

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Las autoras

### **b) Salud**

#### **Localización del Subcentro de Salud San Antonio**

San Antonio de Ibarra parroquia rural perteneciente al cantón Ibarra de la provincia de Imbabura, ubicada a 5.50 Km. De la capital provincial y a 174 Km. de la capital ecuatoriana. “Cuenta con una superficie de 29,07 Km<sup>2</sup> (Veinte y nueve con siete kilómetros cuadrados), de acuerdo a su topografía, se encuentra entre los 2,040 msnm y 4,620 msnm; por su situación Geográfica, San Antonio se privilegia con un clima templado en forma general”

#### **PERSONAL DE LA INSTITUCIÓN**

- 4 Médicos Generales
- 1 Medico Rural
- 1 Obstetra
- 1 Odontólogo
- 2 Internos de Medicina
- 2 Licenciadas en Enfermería
- 1 Licenciadas Enfermeras rurales
- 2 Internas de enfermería
- 1 Auxiliar de Odontología
- 1 Auxiliar de enfermería

- 1 Inspector sanitario”

## CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO

El subcentro cuenta con:

- 1 farmacia y post consulta
- Estadística
- Preparación
- Vacunas
- Curaciones
- Odontología
- Sala de espera
- Espacio para sanidad y laboratorio

### c) Vivienda

Según el Ilustre Municipio de Ibarra y conjuntamente con el MIDUVI se busca dimensionar el sistema inmobiliario, por su importancia en la economía local y porque de éste depende el diseño y desarrollo rural de la Parroquia de San Antonio de Ibarra.

### 1.10. Matriz AOOR

**Cuadro 4**Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES	OPORTUNIDADES	RIESGOS
Población - Consumidora	Existe Competencia a nivel local	La oferta actual no cubre la demanda existente	Gustos y Preferencias
Leyes-Código de Producción	Cambios y expectativas por nuevas políticas por parte del gobierno	La creación de la empresa generara fuentes de trabajo	Ventas bajas

Suelo	Erosión del suelo	Suelos Nuevos	No se produzca con la misma calidad
Clima	Cambios Climáticos	El cardo se adapta a cualquier tipo de suelo	Cambios Climáticos
Disponibilidad de Espacio Físico	Varios Locales Comerciales	Ubicación del local Comercial	Espacios Físicos Propios
Se fijarán precios moderados y adecuados	Competencia Desleal	Producto nuevo	Mercado

Elaborado por: Las Autoras

### **1.11. Determinación de la Oportunidad de la Inversión.**

La inversión del proyecto de factibilidad es básicamente generar desarrollo económico y social en la parroquia de San Antonio, motivadas por una necesidad frente al consumo de arreglos florales. El desarrollo económico y social será generado por la creación de una nueva unidad productiva en base a la flor de cardo, la cual se produce en cualquier tipo de suelo, brindando así nuevas oportunidades de empleo con un producto nuevo e innovador.

## **CAPÍTULO II**

### **2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS**

#### **2.1. La Empresa**

##### **2.1.1. Definición de Empresa**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 1,2. Manifiesta “la empresa es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado, con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer diversas necesidades de la sociedad”*

##### **2.1.2. Clasificación de las Empresas**

La empresa se clasifica en dos grupos los cuales están conformados de la siguiente manera:

##### **Empresas Comerciales**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 1,2. Manifiesta “son las que se dedican a la comercialización de artículos terminados (compra-venta) sin transformarlos; en ciertos casos para, mejorar su prestación incorporan el empaque o algún otro detalle adicional, lo cual no implica un cambio o modificación en el artículo como tal.”*

## **Empresas industriales**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág.2. Manifiesta “son las que se dedican a producir uno o varios artículos, en base a la combinación de los tres elementos del costo: Materia Prima, Mano De Obra Y Costos Indirectos De Fabricación, que mediante el procesos de producción se logra su transformación de materia prima en uno u otros productos.”*

## **2.2. La Empresa**

### **2.2.1. Definición de Empresa**

Es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una empresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la empresa suele trabajar en la misma.

Es una pequeña unidad económica producto que tiene posibilidades de auto desarrollarse, crecer y autosostenerse.

### **2.2.2. Características de una Empresa**

La empresa debe contar con los siguientes criterios:

- El 85% de los empresarios son jefes de hogar y su familia depende de su ingreso exclusivamente.
- Al ser unidades altamente generadoras de valor agregado, contribuyen a la distribución del ingreso.
- La estrategia de la actividad comercial constituye una alternativa para abastecer mercados externos con demandas que desbordan la capacidad de las pymes.
- Dificultades en la identificación y acceso a la tecnología adecuada

- Escasa formación en el personal directivos con capacidad gerencial y pensamiento estratégico.
- Las Empresas presentan ventajas comparativas en cuanto su flexibilidad para adaptarse a los cambios de mercado, al menor costo de la mano de obra; las menores barreras de entrada y los montos reducidos de inversión. Sin embargo tienen limitaciones que le impiden articularse eficazmente a la economía; los problemas se ven reflejados en una baja productividad y rentabilidad y por lo tanto en una menor competitividad.
- Baja capacidad de negociación frente a los proveedores y a los canales de comercialización.
- Padecen de baja calidad de los productos.
- Diferentes niveles de producción.
- Escasez de recurso capital y financiero.
- Deficiente responsabilidad y preparación de la mano de obra.
- Bajo nivel de formación general de los empresarios.
- Baja capacidad de acumulación de capital.
- Exceso de trámites y costos altos para el Empresario.
- Atraso en el uso de tecnología.
- Alta informalidad.

## **2.3. Producción de Cardo**

### **2.3.1. Concepto de Cardo**

Abrojo o cardo es el nombre vulgar que reciben distintas especies de la familia de las Compuestas (Asteraceae). Es la primera planta en florecer durante la primavera. Todas estas especies tienen algunas hojas compuestas y capítulo espinoso.

Se caracteriza sobre todo por la presencia de espinas en las hojas, en el tallo, o en las brácteas de la inflorescencia.

Además de las espinas, es característica la forma de la inflorescencia: flósculos numerosos reunidos en capítulos densos. Otra de sus características es su porte herbáceo, aunque puedan llegar a alcanzar gran tamaño en ningún caso son de tipo arbustivo o arbóreo.

### **2.3.2. Beneficios del Cardo.**

Los cardos, al igual que las alcachofas, constituyen un alimento ideal para la salud del hígado y la vesícula. Ambos son muy ricos en ciliarina. Este componente posee propiedades coleréticas, es decir ayuda a la producción de bilis por el hígado. Aumentar la bilis favorece la digestión de los alimentos e impide la aparición de una serie de trastornos relacionados con una mala digestión, debido al mal funcionamiento del hígado: pesadez, acidez intestinal y gases.

#### **Propiedades del Cardo:**

- Tiene un contenido muy alto en agua por ser verdura
- Tiene un contenido en grasa muy bajo
- Tiene un contenido moderado en fibra
- Ayuda a eliminar toxinas del cuerpo, por su contenido en potasio
- Por su contenido de magnesio, ayuda a la concentración y relajación de la musculatura.
- Tiene un bajo contenido en carbohidratos, sobretodo almidones.
- Tiene un contenido bajo en proteínas.
- Por su contenido de la vitamina B9, ayuda al correcto crecimiento.
- Protege la piel y ayuda a mantenerla sana, por su contenido en vitamina A.
- Protege al organismo de tóxicos y del envejecimiento de la piel, por su contenido en vitamina A, vitamina C, Zinc y selenio.



## **2.4. Estudio de Mercado**

### **2.4.1. Producto**

*Según MÚNUERA José, ESCUDERO Isabel; (2007) Pág. 61. Establece: “El producto es la piedra angular de la estrategia de márketing, ya que su situación condiciona la actuación de la estrategia con las restantes variables”.*

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 87. Manifiesta “un producto puedes ser definido desde varios puntos de vista; es así como para la producción, producto es el resultado de la interacción entre la mano de obra, maquinaria y materiales, que intervienen en un proceso que se llama transformación de lo cual puede resultar un bien o un servicio. De la misma forma desde el punto de vista del marketing, se podría dar la siguiente definición: cualquier objeto que se puede ofrecer al mercado para su atención, adquisición, uso o consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad”.*

### **2.4.2. Mercado Meta.**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 85. Manifiesta “consiste en definir cuenta con los recursos y la capacidad para atender todos los segmentos, alguno de ellos, o solo uno de ellos.”*

### **2.4.3. Segmento de Mercado.**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 56. Manifiesta “consiste en dividir los mercados en grupos homogéneos dentro de sí, ya que en él se encuentran personas que perciben el valor y reaccionan de manera similar ante un determinado producto y su marketing, y a la vez son productos homogéneos respecto de los otros segmentos que conforman el mismo mercado.”*

#### **2.4.4. Oferta**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 56. Manifiesta “Hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o prestadoras de un servicio están dispuestas a intercambiar a un precio determinado; para una demanda dada habrá una oferta determinada. Entonces, para realizar ofertas de valor, es importante entender sus mercados y sus necesidades.”*

La determinación de la oferta se aplicará para la realización de un análisis, con referencia a lo que los productores están dispuestos a vender para así poder determinar los mayores beneficios para la empresa.

#### **2.4.5. Demanda**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 56. Manifiesta “Está íntimamente ligado con el concepto de necesidad, deseo y poder de compra. Un determinado usuario puede querer o necesitar un bien o un servicio, pero solo el poder de compra determinara la demanda del bien o servicio.”*

La demanda se analizará para poder establecer la oportunidad que tiene la creación de una nueva empresa en el mercado, para así tomar una decisión si invertir o no en esta nueva unidad productiva.

#### **2.4.6. Precio.**

*Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define el precio como el "valor de intercambio de bienes o servicios. En marketing el precio es el único elemento del mix de marketing que produce ingresos, ya que el resto de los componentes producen costes"*

*Según la American Marketing Association (A.M.A.), define el precio como "la proporción formal que indica las cantidades de bienes de dinero o servicios necesarios para adquirir una cantidad dada de bienes o servicios"*

El precio se determinara mediante una serie de factores, por una parte los costos de competencia y por otra la que se establece mediante un análisis de costos más un porcentaje de utilidad, para el desarrollo de ventas.

#### **2.4.7. Comercialización.**

*Según la página <http://conceptodefinicion.de/comercializacion/>. Manifiesta: La comercialización es la actividad como tal que se realiza en el comercio. Es el intercambio o "trueque" que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta. Es todo ese conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción.*

#### **1. Canales de Comercialización**

*Según la página [http://es.wikipedia.org/wiki/Canal\\_de\\_distribuci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n). Manifiesta: Es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (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.*

## **2. Promoción y Publicidad**

### **Promoción:**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 110. Manifiesta “Se le conoce con el nombre de Comunicaciones integrales de marketing CMI, que ha tomado de gran relevancia como resultado de pasar del concepto de marketing masivo al concepto de marketing segmentado y especializado, de modo que ya no solo es publicidad masiva en la radio, prensa y televisión la que supone comunicación con los mercados sino otros elementos que día a día toman mayor importancia y muestran tendencias más claras de consolidación.”*

La promoción del producto es una base fundamental para el desarrollo y venta del producto, ya que es una estrategia que permite el producto sea de agrado y conocimiento del mercado al cual va dirigido.

### **Publicidad**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 111. Manifiesta “Se define como la fórmula de comunicación pegada (no es personal) si no masiva, que se realiza de un producto o un servicio, entendiéndose que este producto puede ser una idea, iniciativa, sitio o experiencia.”*

La publicidad será apoyo de las ventas que se realizaran con el fin de dar a conocer el producto a los posibles clientes dentro y fuera de la parroquia.

### **2.5. Estudio Técnico**

El estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

### **2.5.1. Tamaño del Proyecto**

*Según MURCIA Jairo (2009) Pág. 119. Manifiesta “se refiere básicamente a la capacidad de producción que el proyecto va a tener durante cada uno de los años del horizonte de la vida que el proyectista le ha definido. Y esta capacidad de producción se expresa en el número de unidades del bien o número del servicio que el proyecto va a producir, comercializar o atender en el transcurso de este periodo. En otras palabras esta capacidad expresa en cantidad producida o atendida por unidad de tiempo.”*

### **2.5.2. Localización del Proyecto**

*Según URBINA G. manifiesta “La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”*

#### **1. Macro localización**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 246. Manifiesta “se ocupa de la comparación de alternativas propuestas para determinar cuál o cuáles regiones serán aceptables para la localización macro del proyecto; puede ser toda zona o región geográfica que cumpla con las exigencias requeridas para dar la mejor propuesta a esta necesidad.”*

#### **2. Micro localización**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 247. Manifiesta “si bien es cierto que la microlocalización no supera los problemas generados por la macrolocalización. Es mediante ella como se elaboran los*

*datos finales de la selección y se aclaran las dudas que no se resolvieron con el microanálisis”*

### **2.5.3. Ingeniería del Proyecto**

Es la rama de la ingeniería que estudia los proyectos, estudia las actividades comprendidas en la concepción, planteamiento, organización, diseño, ejecución y verificación de dispositivos, procesos, sistemas, construcciones e instalaciones en cualquier campo tecnológico. Las interacciones derivadas del desarrollo, utilización y desactivación del objeto del proyecto con el entorno con el que se relaciona.

#### **1. Procesos**

Un conjunto de acciones integradas y dirigidas hacia un fin; Una acción continua u operación o serie de cambios o tareas que ocurren de manera definida; La acción y el efecto de continuar de avanzar, en especial del tiempo; Conjunto de toda la documentación de una causa legal.

#### **✓ Flujograma de Procesos**

Un diagrama de flujo o flujograma emplean símbolos y figuras para representar una etapa o un proceso. Se usa en varias materias como la programación, la economía, los procesos industriales. Se utilizan símbolos con significados bien definidos que representan los pasos de un algoritmo, y representan el flujo de ejecución mediante flechas que conectan los puntos de inicio y de término la flechas tienen que ser verticales u horizontales no puede haber inclinadas no están permitidas.

#### **Desarrollo del Diagrama de Flujo**

Para elaborar un diagrama de flujo se sugieren los siguientes pasos

- Identificar a los participantes o el dueño del algoritmo o proceso a desarrollar. Deben estar presentes el dueño o responsable del proceso, los dueños o responsables del algoritmo o proceso para poder desarrollarlo como se desea
- Concluir que se espera obtener del diagrama de flujo es decir el resultado.
- Identificar quién lo empleará, cómo y que resolverá.
- Establecer el nivel de detalle requerido puede ser muy finito o poco expresado.
- Determinar los límites del proceso o tema que se va a tratar.

## **2. Tecnología**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 119. Manifiesta “Se constituye en un factor de determinante del tamaño del proyecto, principalmente cuando sus proveedores solo producen soluciones aplicables a un costo razonable (que permite alcanzar un precio competitivo), a partir de un determinado volumen de producción. En este caso la tecnología impone un tamaño mínimo”.*

### **3. Maquinaria y Equipo**

Bienes que se utilizan para elaborar y ensamblar otros bienes; para prestar un servicio de carácter productivo y que no se consume en un sólo ciclo de producción.

### **4. Obras Civiles**

Es la aplicación de nociones de la física, la química, la geología y el cálculo para la creación de construcciones relacionadas con el transporte y la hidráulica.

### **5. Presupuesto Técnico**

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

- **Inversiones Fijas**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 272, Manifiesta: “Son las compras en activos realizadas con el fin de garantizar su funcionamiento inicial”.*

- **Inversiones Diferidas**

*Según la página <http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20120223122407AAigZO9> Manifiesta: “Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal,*



*imprevistos, gastos en patentes y licencias. Dentro de ésta inversión se encuentran los gastos operativos, organización y constitución de la empresa y capital de trabajo”.*

- **Capital de Trabajo**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 272, Manifiesta: “Es el capital necesario para financiar la operación de la empresa mientras se reciben los ingresos operacionales suficientes para cubrir estos gastos de operación”.*

## **2.6. Estudio Financiero**

*Según la página <http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20Financiero.htm> Manifiesta: “Es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores (Estudio Técnico y de Mercado) y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.*

### **2.6.1. Ingresos**

*Según ZAPATA, Pedro (2008). Pág. 25, Manifiesta: “Los ingresos constituyen los beneficios o ganancias de una empresa”.*

### **2.6.2. Egresos**

*Según la página <http://www.definicion.org/egreso> Manifiesta: “Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias. En*

*Contabilidad Gubernamental, los pagos se hacen con cargo al presupuesto de egresos”.*

#### **a) Costos de Producción**

Según la página <http://www.monografias.com/trabajos82/conceptos-basicos-costos-produccion/conceptos-basicos-costos-produccion.shtml>.

*Manifiesta: Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso. Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios; se consideran aquí los pagos a los factores de la producción: al capital, constituido por los pagos al empresario (intereses, utilidades.), al trabajo, pagos de sueldos, salarios y prestaciones a obreros y empleados así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, combustibles, energía eléctrica, servicios.).*

#### **Materia Prima**

*Según SARMIENTO, Rubén;(2010), Pág. 11, Manifiesta: “Es considerada como elemento básico del costo, es decir el incorporado en la producción, en muchos casos el más importante para la transformación en el artículo terminado”.*

#### **Mano de Obra**

*Según SARMIENTO, Rubén;(2010), Pág. 13, Manifiesta: “Es la fuerza de trabajo o el trabajo humano incorporado con el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado en las maquinas*

*que están transformando en productos terminados, además el sueldo por pago de salarios se puede fácilmente determinar en dicho producto”.*

### **Costos Indirectos de Fabricación (CIF)**

*Según CRUZ, Osaín; (2007), Pág. 25, Afirma: “Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Aunque los gastos de venta, generales y de administración también se consideran frecuentemente como costos indirectos, no forman parte de los costos indirectos de fabricación, ni son costos del producto.”*

El tercer elemento del costo constituyen los costos indirectos de fabricación que son aquellos que no tienen relación directa con la elaboración del producto pero que si forman parte del costo de producción.

#### **b) Gastos Administrativos**

*Según la página <http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20120913153823AAlyqd> Manifiesta: “Los gastos de administración son los que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en las oficinas y por causa del personal administrativo”.*

#### **c) Gastos de Ventas**

*Según la página [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS\\_DE\\_VENTA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS_DE_VENTA.htm). Manifiesta: Los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes y su Gastos de viajes, Costo de muestrarios y exposiciones, Gastos de*

*propaganda, Servicios de correo, teléfono y telégrafo del área de ventas.*

#### **d) Depreciación**

*Según la página <http://es.wikipedia.org/wiki/Depreciacion>.  
Manifiesta: El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.*

#### **e) Gastos Financieros**

*Según la página <http://www.economia48.com/spa/d/empresa/empresa.htm>.*

*Manifiesta: todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros.*

#### **2.6.3. Estado de Situación Financiera**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 264, Manifiesta: “Estado financiero que representa, a modo de fotografía, la situación financiera de la empresa a una fecha determinada lo cual revela la situación de los activos y pasivos de una empresa. En otras palabras presenta la situación financiera o las condiciones de un negocio en un momento dado, según se refleja en los registros contables”.*

#### **2.6.4. Estado de Resultados**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 268, Manifiesta: “El estado de resultados muestra de manera general el comportamiento del proyecto en cuanto sus ingresos y egresos”.*

#### **2.6.5. Flujo de Caja**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 287, Manifiesta: “Una vez proyectado el estado de resultados en el horizonte previamente establecido, se debe llegar al flujo de caja y para ello a partir de la proyección, se debe incluir el plan de inversión, junto con la recuperación de los valores que aunque se causaron no salieron necesariamente del flujo de tesorería, al igual que devolver los prestamos conseguidos”.*

#### **2.6.6. Evaluación Financiera**

*Según la página [http://www.ehowenespanol.com/evaluacion-financiera-proyectos-hechos\\_80815/](http://www.ehowenespanol.com/evaluacion-financiera-proyectos-hechos_80815/) Manifiesta: “Una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto”.*

### **1. Valor Actual Neto (VAN)**

*Según la página <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/> Manifiesta: “El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable”.*

Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. El VAN también nos permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. Incluso, si alguien nos ofrece comprar nuestro negocio, con este indicador podemos determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que ganaríamos de no venderlo.

## **2. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 311, Manifiesta: “Es la tasa de descuento, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero”.*

La TIR como indicador muestra la rentabilidad del proyecto bajo el supuesto de que todos los ingresos son reinvertidos directa y automáticamente a la misma tasa.

## **3. Costo/Beneficio**

*Según la página <http://www.definicion.org/costo-beneficio> Manifiesta: Valorización de evaluación que relaciona las utilidades en el capital invertido o el valor de la producción con los recursos empleados y el beneficio generado*

## **4. Periodo de Recuperación de la Inversión**

*Según VILLAVICENCIO, Sandra; (2008), Pág. 98, Manifiesta: “Este instrumento de evaluación permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, basándose en los flujos de caja proyectados”.*

## **5. Punto de Equilibrio**

*Según SARMIENTO, Rubén;(2010), Pág. 69, Manifiesta: “El punto de equilibrio es la intersección o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); es decir, no existe pérdida ni ganancia, los ingresos sirven para cubrir los gastos ; siendo necesario clasificar los costos fijos y variables para graficar en ejes de coordenadas en el eje vertical se representa los ingresos por ventas y los costos, en el eje horizontal se representa el volumen de ventas, expresado en unidades”.*

## **2.7. Estructura Organizacional**

*Según la página <http://www.buenastareas.com/ensayos/Definici%C3%B3n-De-Estructura-Organizacional/231438.html> Manifiesta: “La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente, en tres formas básicas: por función, por producto/mercado o en forma de matriz”.*

### **2.7.1. Misión**

*Según la página <http://deconceptos.com/general/mision> Manifiesta: “En general se llama misión al objetivo con que llevan a cabo las personas algún plan. En la actividad empresarial, la misión es el objetivo para el cuál fue constituida la empresa, y hacia donde apuntan sus proyectos, que en general son los de generar ganancias, satisfaciendo las necesidades de su clientela, desarrollándose en calidad para posicionarse prestigiosamente en el mercado. Las fundaciones tienen por misión u objetivo obras de bien común”.*

### **2.7.2. Visión**

*Según la página <http://planeacionestrategica.blogspot.es/> Manifiesta: “La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado”.*

### **2.7.3. Organización Estructural**

*Según MURCIA, Jairo;(2009), Pág. 385, Manifiesta: Implica el estudio de los procesos sociales que se dan dentro de una empresa con el objetivo de ayudar a sus miembros a identificar los obstáculos que bloquean su eficiencia como grupo y a tomar medidas para hacer optima la calidad de sus interrelaciones, para influir de manera positiva y significativa en el éxito de los objetivos de la empresa.*

### **1. Organigrama Estructural**

*Según la página <http://igestion20.com/organigramas-concepto-funciones-y-distintos-tipos/> Manifiesta: “Los organigramas son diagramas que representan gráficamente y de manera simplificada la estructura formal que posee una organización. De esta forma, los organigramas muestran las principales funciones dentro de la organización y las relaciones que existen entre ellas. Son muy utilizados ya que resultan sencillos y rápidos de comprender”.*

### **2. Orgánico Funcional**

*Según la página <http://emprendimiento098.blogspot.com/2013/02/estructura->*



*organica-funcional-de-una.html* Manifiesta: “Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o compuestos de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar, es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un superviso inmediato. Esto permite ubicar las unidades administrativas en relación con las que son subordinadas en el proceso de la autoridad”.

## **2.8. Impactos**

Según la  
página <http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080616151344AAKvaEW> Manifiesta: “Impresión o efecto muy intensos dejados en alguien o en algo por cualquier acción o suceso”.

### **2.8.1. Impactos Social**

Según la página <http://tallermartin1.blogspot.com/2009/04/impacto-social-economico-ambiental-y.html> Manifiesta: “El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general”. Los autores sustentan el criterio de que el impacto como concepto es más amplio que el concepto de eficacia, porque va más allá del estudio del alcance de los efectos previstos y del análisis de los efectos deseados, así como del examen de los mencionados efectos sobre la población beneficiaria”.

### **2.8.2. Impacto Económico**

*Según la página <http://tallermartin1.blogspot.com/2009/04/impacto-social-economico-ambiental-y.html> Manifiesta: “Los impactos económicos también están definidos con cierta precisión. Se dispone de indicadores normalizados para considerar la balanza de pagos de tecnología, el comercio de bienes de alta tecnología y, principalmente, la innovación tecnológica. Este se da por los recursos gastados en la investigación, o también por los recursos que se generaran después de realizar la investigación”.*

### **2.8.3. Impacto Ambiental**

*Según la página <http://www.grn.cl/impacto-ambiental.html> Manifiesta: “El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza”.*

### **2.8.4. Empresarial**

*Según la página <http://www.responsabilidadsocialempresarial.com/?p=250> Manifiesta: “Toda organización debe ser consciente de que su actividad tiene repercusiones para la comunidad en la que opera. Los entornos donde están ubicadas las empresas, pueden sufrir tanto externalidades negativas (impacto paisajístico, fluctuaciones en el valor del suelo) como positivas (mejoras en las vías de comunicación, aumento de la renta disponible)”*

### 2.8.5. Cultural

Según la  
página [http://library.thinkquest.org/03oct/01302/es\\_txt/current\\_trends\\_impact.html](http://library.thinkquest.org/03oct/01302/es_txt/current_trends_impact.html) Manifiesta: “Este impacto significa un aporte a la cultura del personal que trabaje en la producción de cardo y elaboración de arreglos florales”.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Presentación**

El Cardo es un producto muy demandado por cuanto tiene muchas propiedades medicinales los mismo que son muy adecuados para el control de la diabetes, estreñimiento y la prevención del cáncer.

En la actualidad el consumo de Cardo en la población es significativo puesto que contiene muchos beneficios para la salud esta planta puede ser conservada bien durante una o dos semanas si se guarda en el frigorífico envuelto en plástico perforado.

También se puede almacenar enterrado en arena en un lugar fresco.

Se consumen sus pencas o tallos, se preparan generalmente cocidos, una vez limpios de la piel espinosa que los cubre, y los tallos más tiernos crudos en ensalada. Las flores se pueden preparar como alcachofas.

Las pencas blanqueadas son crujientes, tiernas y presentan un sabor delicado, dulce y con reminiscencias amargas. El blanqueado, además de eliminar el color verde, también reduce notablemente el sabor amargo.

Además de la propiedades medicinales también es adquirida para adornos florares por su exótica presentación.

La venta de Cardo en los mercados generalmente comienza en noviembre puesto a que la producción es durante los meses de invierno y principios de primavera.

### 3.2. Matriz Diagnóstica de Relación de Estudio de Mercado

**Cuadro5**Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES
Describir cómo va a estar presentado el producto	Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formas de presentación</li> <li>▪ Cantidad de materia prima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entrevista</li> <li>▪ Encuesta</li> <li>▪ Observación</li> </ul>	Población Productores
Identificar la cantidad de productos que entregan al mercado	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cantidad de productos que las empresas están vendiendo</li> <li>▪ Formas de ofertar el producto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entrevista</li> <li>▪ Observación</li> </ul>	Propietarios Productores
Determinar la cantidad que demandan las personas	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Consumidores Intermediarios</li> <li>▪ Consumidores directos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Encuesta</li> <li>▪ Observación</li> </ul>	Personas
Especificar el precio del producto	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A qué precio vende</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entrevista</li> <li>▪ Encuesta</li> <li>▪ Observación</li> </ul>	Población Empresas
Establecer la forma de cómo se va a comercializar el producto	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formas de comercialización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entrevista</li> <li>▪ Encuesta</li> <li>▪ Observación</li> </ul>	Empresas Productores

Elaborado por: Las Autoras

### 3.3. Producto

#### 3.3.1. Cardo

Abrojo o cardo es el nombre vulgar que reciben distintas especies de la familia de las Compuestas (Asteraceae). Es la primera planta en florecer durante la primavera. Todas estas especies tienen algunas hojas compuestas y capítulo espinoso.

Se caracteriza sobre todo por la presencia de espinas en las hojas, en el tallo, o en las brácteas de la inflorescencia.

Además de las espinas, es característica la forma de la inflorescencia: flósculos numerosos reunidos en capítulos densos. Otra de sus características es su porte herbáceo, aunque puedan llegar a alcanzar gran tamaño en ningún caso son de tipo arbustivo o arbóreo.

#### 3.3.2. Características Nutricionales y Medicinales.

La flor de Cardo principalmente ayuda a:

- **Transformación de alimentos:** Sus flores son utilizadas por sus propiedades coagulantes para hacer la cuajada de algunos quesos puesto a que las flores del cardo desecadas a modo de cuajo vegetal en diversas aplicaciones culinarias. Se dejan macerar en agua durante varias horas. Posteriormente, esta agua se añade a la leche calentada a 35-40°C y, tras remover la mezcla, se deja en reposo para que tenga lugar la coagulación.
- **Producción de energía:** En el ámbito europeo de la bioenergía, el cardo está reconocido y considerado como uno de los posibles cultivos energéticos para producción de biomasa y producción de Biodiesel de calidad.

- **Usos terapéuticos:** El cardo contiene distintas sustancias que le confieren propiedades terapéuticas: la cinarina (diurético), la cinaropicrina (el principio amargo), la inulina y flavonoides como la luteolina que son los que ennegrecen las hojas, ayudan al:

**Estreñimiento:** La inulina, un tipo de fibra soluble, es capaz de absorber agua, aumentando el volumen de las heces de forma que favorece el movimiento intestinal, lo que contribuye a mejorar o corregir el estreñimiento y los trastornos que se acompañan, como dolor abdominal, flatulencia, hemorroides.

**Problemas hepáticos:** Incluir cardo en la dieta habitual conviene a quienes padecen enfermedades funcionales y orgánicas del hígado, vesícula biliar y vías biliares, así como a los que sufren los trastornos digestivos que derivan de ellas, como sensación de plenitud, pérdida de apetito o dolor abdominal. El cardo ayuda en la digestión de alimentos grasos y colabora en la descongestión del hígado, pues consigue que la bilis sea menos densa y más fluida. Así, la vesícula biliar se vacía con mayor facilidad y existe menor tendencia a la formación de cálculos biliares.

**Hipercolesterolemia:** El consumo de cardo contribuye a reducir los niveles de colesterol debido a que la inulina forma geles viscosos que fijan la grasa y el colesterol en el intestino, con lo que se reduce así la absorción de dichas sustancias.

**Diabetes:** La inulina es un polisacárido que se metaboliza en el organismo y da lugar a unidades de fructosa, un azúcar asimilable sin la necesidad de insulina. Asimismo, la cinarina tiene una suave acción hipoglucemiante, lo que disminuye el nivel de glucosa en sangre. Por tanto, el cardo se puede incluir con absoluta tranquilidad en la dieta de las personas con diabetes.

Diurético y depurativo: Es la cinarina la que actúa sobre los riñones provocando un aumento de la diuresis, es decir, de la cantidad de orina eliminada.

### 3.4. Segmento de Mercado

#### 3.4.1. Niveles de Ingreso y Posición Geográfica

Para poder determinar la segmentación de mercado determinamos los siguientes criterios.

**Cuadro 6** Criterios De Segmentación De Mercado

Criterios de Segmentación	Segmentos de Mercado
<u>Geografía</u>	
Provincia	Imbabura
Cantón	Ibarra
Parroquia	San Antonio
<u>Demografía</u>	
Edad	De 14 a 50 años
Genero	Femenino y masculino
<u>Conductuales</u>	
Preferencias	Consumidores de plantas medicinales y compradores de arreglos florales
<u>Variable socioeconómica</u>	
Nivel económico	Que no se encuentren dentro del índice de pobreza de consumo, es decir, que se encuentre en un nivel económico medio alto

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Las Autoras



### 3.4.2. Segmento de Mercado (Población Total)

Según el censo realizado el 2010 la población de la parroquia de San Antonio de Ibarra es:

**Cuadro 7** Distribución De La Población De San Antonio De Ibarra

<b>Población total</b>	
<b>Hombres</b>	8.595
<b>Mujeres</b>	8.927
<b>Total</b>	17. 522

Fuente: INEC 2010  
Elaborado Por: Las Autoras

### 3.4.3. Segmento de Mercado

**Cuadro 8** Distribución De La Población De San Antonio De Ibarra

<b>Edad</b>	<b>Género</b>		<b>Total</b>
	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	
14	203	183	386
15	179	176	355
16	154	167	321
17	166	181	347
18	195	177	372
19	163	144	307
20	153	158	311
21	155	148	303
22	145	160	305
23	151	159	310
24	150	174	324
25	153	148	301
26	139	136	275

27	129	138	267
28	119	141	260
29	131	132	263
30	131	140	271
31	117	126	243
32	130	120	250
33	119	145	264
34	85	118	203
35	111	129	240
36	95	137	232
37	114	118	232
38	99	104	203
39	117	107	224
40	110	110	220
41	94	107	201
42	80	128	208
43	82	95	177
44	108	99	207
45	79	81	160
46	88	96	184
47	82	101	183
48	89	89	178
49	77	84	161
50	92	69	161
<b>TOTAL</b>	<b>4584</b>	<b>4825</b>	<b>9409</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado Por: Las Autoras

Del total de la población se tomará en cuenta el criterio según las edades puesto que el producto va dirigido a personas desde 14 a 50 años.

### 3.4.4. Identificación de la Población

#### 1. Proyección al Año 2018

Para poder realizar la proyección de la demanda se consideró una tasa de crecimiento del 2,5% de la población.

Para el cálculo de la proyección se tomara en cuenta la siguiente formula:

$$M = (1 + i)^n$$

$$M = (1 + 0,025)^1$$

$$M = 9409(1,025)^1$$

$$M = 9.644.23$$

#### Cuadro 9 Proyección Del Año 2018

POBLACION 2010: 9.409

TASA DE CRECIMIENTO: 2,5%

AÑO	PROYECCIÓN
2010	9.644
2011	9.885
2012	10.132
2013	10.386

Fuente: INEC 2010  
Elaborado por: Las Autoras

#### 2. Cálculo de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se analizó a la población dentro de los 14 a 50 años.

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 * 10.386}{(10.386 - 1) \frac{0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{2.596,5}{(10.386) \frac{0,0025}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{2.596,5}{6,74}$$

$$n = 385$$

### 3.5. Mercado Meta

El cardo es recomendado por muchos nutricionistas ya que es un producto natural que ayuda a diversos problemas de salud, ha sido reconocido por el gremio médico convencional como una planta medicinal, ya que se ha comprobado su efectividad en casos de intoxicación y enfermedades del hígado, a través de estudios realizados en diversas partes del mundo; hoy te mostramos cuáles son las propiedades del cardo.

El mercado meta estar constituido por toda la población de la parroquia de San Antonio comprendida entre las edades de 14 a 50 años, género masculino y femenino que gusten del consumo de cardo y adquieran los mismos en arreglos florales.

El mercado meta al cual pretende llegar es a las 10.386 personas que estarían en capacidad de adquirir este producto.

### **3.6. Análisis de la Demanda**

Para la proyección de la Oferta y demanda se tomaron datos de la investigación de campo realizada a la población de San Antonio de Ibarra

## ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IBARRA

Para aplicar la encuesta se consideró la muestra de 385 personas que fue el resultado de la aplicación de la fórmula.

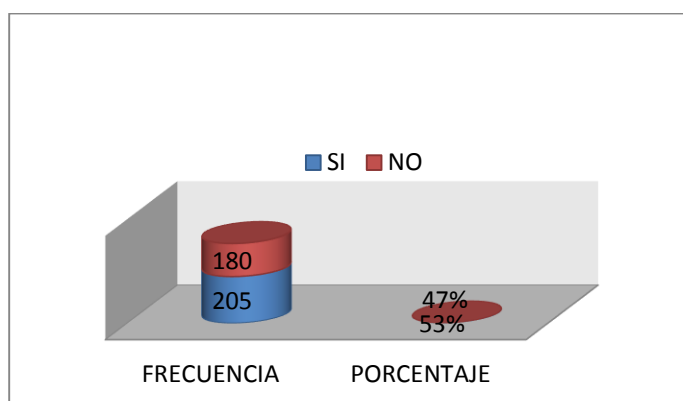
### 1. ¿Ha comprado arreglos florales de cardo?

**Cuadro 10** Arreglos Florales de Cardo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	205	53
NO	180	47
TOTAL	385	100

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 1** Arreglos Florales de Cardo



### Análisis

Según las encuestas realizadas el 53% de la población ha comprado arreglos florales realizados con flor de cardo, por tanto es un indicativo que la producción y comercialización de flor de cardo es factible en la zona.

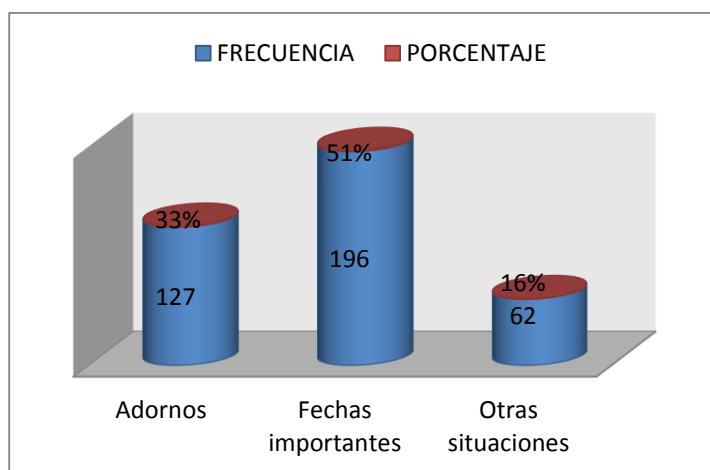
## 2. ¿Usted compra arreglos florales por?

**Cuadro 11** Compra por

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Adornos	127	33
Fechas importantes	196	51
Otras situaciones	62	16
TOTAL	385	100

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 2** Compra por



### **Análisis:**

Según la población el 51% de los encuestados compran arreglos florales en fechas importantes por tanto es un indicativo las ventas del producto serán frecuentes, el 33% compra para adornos decorativos y el 16% de la población lo adquiere en otras situaciones. Esto demuestra que las flores son un producto comercial y de gran acogida entre los consumidores.

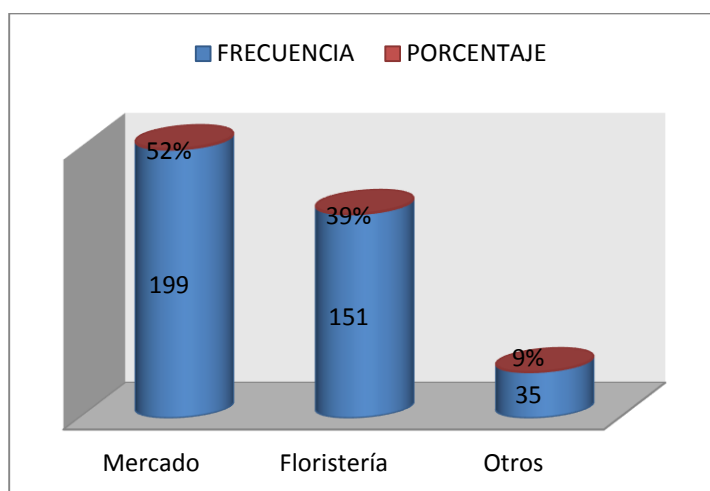
## 3. ¿Dónde compra los arreglos florales?

**Cuadro 12**Lugar de Compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado	199	52
Floristería	151	39
Otros	35	9
TOTAL	385	100

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 3**Lugar de Compra



**Análisis:**

Según las encuestas realizadas a los pobladores muestra que la mayoría representada en un 52% indica que realiza la compra de arreglos florales en los mercados, el 39% en floristerías y el 9% en otros lugares. Esto es un factor indicativo que nos permite realizar una mejor distribución de la flor de cardo para su mejor comercialización.

**4. ¿Con qué frecuencia compra arreglos florales?**

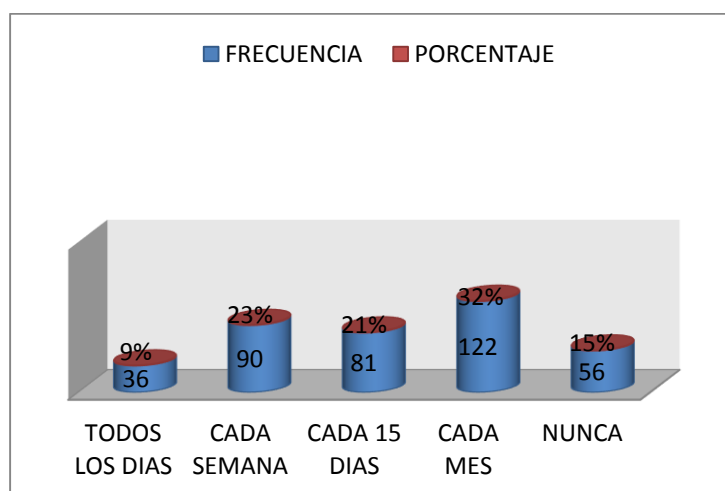


**Cuadro 13**Frecuencia de Compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TODOS LOS DIAS	36	9
CADA SEMANA	90	23
CADA 15 DIAS	81	21
CADA MES	122	32
NUNCA	56	15
TOTAL	385	100

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 4**Frecuencia de Compra



**Análisis:**

Según los encuestados el 32% de la población adquiere flores cada mes, el 21% las adquiere cada 15 días, el 23% cada semana, el 15% nunca y un 9% todos los días. Lo cual nos indica que la mayor parte de la población los adquiere con frecuencia en fechas importantes haciendo que la comercialización de flores tenga una gran rotación en el mercado.

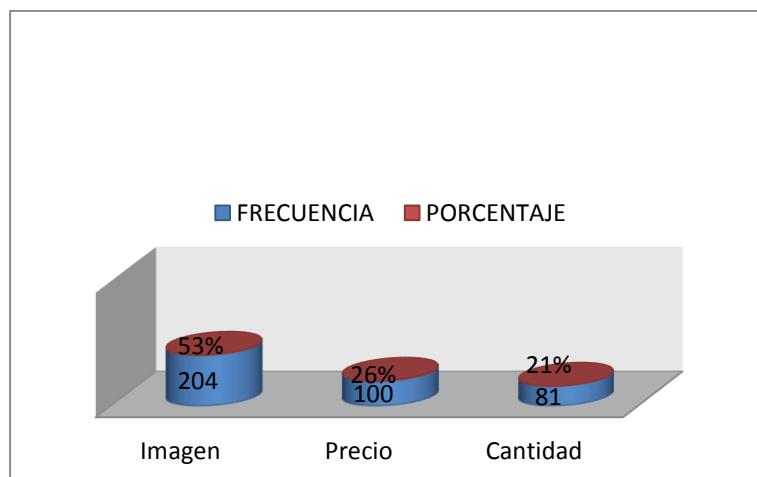
**5. ¿Cuál cree usted que es la característica más importante del arreglo floral con cardo?**

**Cuadro 14** Característica del Arreglo Floral

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Imagen	204	53
Precio	100	26
Cantidad	81	21
TOTAL	385	100

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 5** Característica del Arreglo Floral



**Análisis:**

Referente a las características de los arreglos florales las personas opinan que la imagen es la que más cuenta por lo que se puede decir que se encuentra en un 53%, el precio está en un segundo enfoque con un 26% lo que nos refleja que el precio sí influye bastante al momento de vender, mientras tanto que la cantidad no tiene tanta importancia dentro de estas características de los arreglos florales ya que se determinó un 21%.

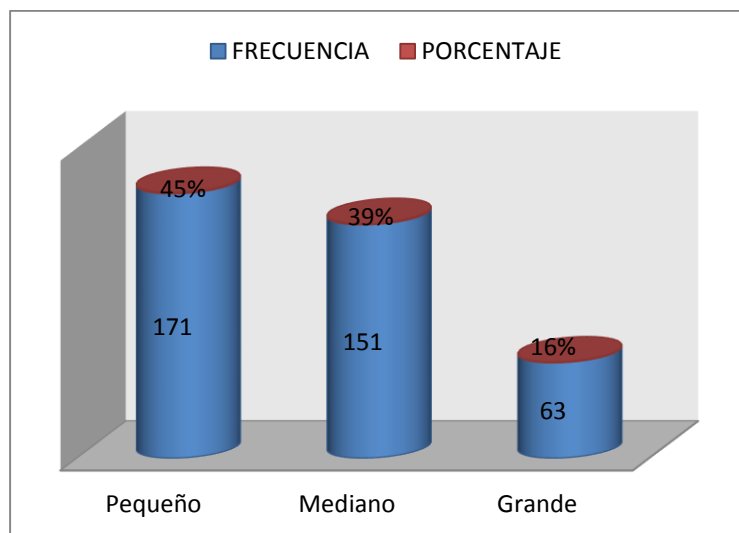
**6. ¿Al momento que usted realizar la compra selecciona un arreglo floral pequeño, mediano o grande?**

**Cuadro 15** Pago de Arreglo Floral

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pequeño	171	45
Mediano	151	39
Grande	63	16
TOTAL	384	100

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 6** Pago de Arreglo Floral



**Análisis:**

Según las encuestas realizadas a la población nos manifestaron que en su mayoría están dispuestos a comprar el arreglo floral pequeño que representa un 45%, un 39% están dispuestos a pagar un valor bajo, en un 16% están dispuestos a pagar un valor medianamente alto.

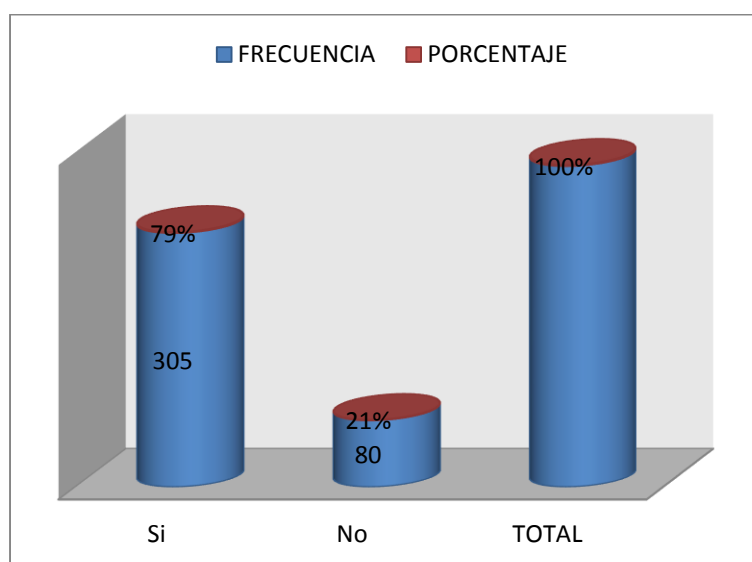
## 7. ¿Ha encontrado usted variedad en la forma de presentación de los arreglos florales?

**Cuadro 16** Variedad Arreglos Florales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	305	79
No	80	21
TOTAL	384	100

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 7** Variedad Arreglos Florales



### **Análisis:**

Referente a la variedad de los arreglos florales la población contestó que en un 79% si encuentra variedad y en un 21 % no encuentran arreglos florales que satisfagan sus expectativas.

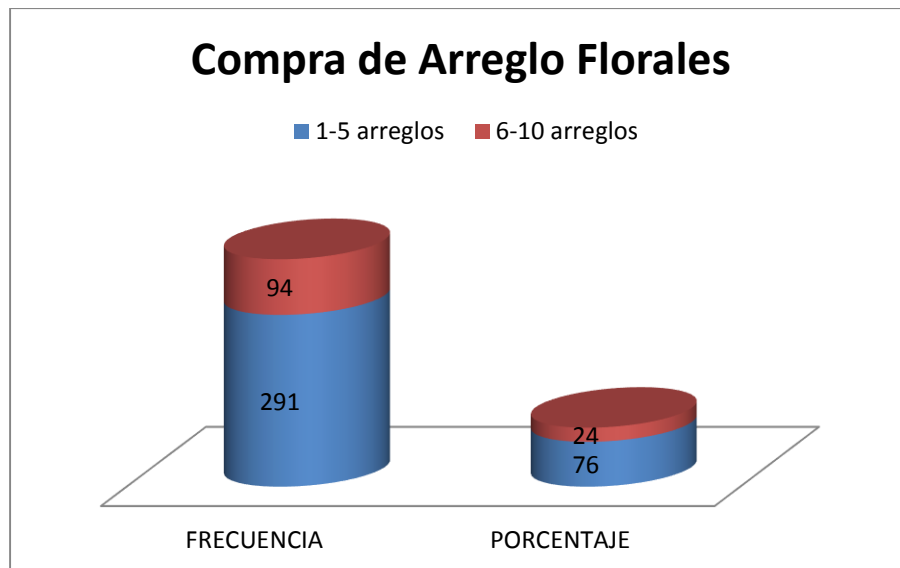
## 8. ¿Qué cantidad de arreglos florales adquiere usted bimestralmente?

**Cuadro 17** Compra de Arreglos Florales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-5 arreglos	291	76
6-10 arreglos	94	24
TOTAL	385	100

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 8** Compra de Arreglos Florales



### Análisis:

El 76% de los encuestados que compran arreglos florales prefieren comprar directamente mientras que el 24% prefiere realizar sus compras y que su producto lleve directamente al lugar de destino.

### 3.6.1. Demanda Actual del Producto año 2013

#### Demanda de Arreglos Florales.

Al no encontrar ningún dato público o privado con respecto a la demanda de arreglos florales con cardo en el mercado elegido (San Antonio de Ibarra), se aplicó una encuesta a los pobladores.

Las encuestas se realizaron con el objetivo de ver la aceptación de los arreglos florales, la cual indicó que un 53% de las personas encuestadas adquirirían el producto demostrando la factibilidad de proyecto productivo.

Tomando como base los resultados obtenidos después de la tabulación de datos es posible concluir que:

Las 10.386 personas que forma el mercado meta en esta investigación, serán los consumidores de los arreglos florales.

Para determinar la demanda potencial se toma como referencia la pregunta número 1 de la encuesta (Porcentaje de frecuencia del requerimiento del producto).

La demanda potencial de arreglos florales en el mercado objetivo se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$D = P * f\%$$

#### Donde

D= Demanda

P= Población mercado objetivo

f= Porcentaje de frecuencia del requerimiento del producto

$$D = P * f\%$$

$$D = 10.386 * \%$$

$$D = 10.386 * 53.45\%$$

$$D = 5.551$$

Los 5.551 representan a las personas que desean adquirir los arreglos florales de cardo.

Según las encuestas realizadas una persona adquieren de 1 a 5 arreglos florales (Datos tomados de la pregunta número 8 de la encuesta).

Cálculo del promedio bimestral del consumo de arreglos florales por persona:

$$P=5+1$$

$$P=6/2$$

$$P=3 \text{ Bimestral}$$

$$P=18 \text{ Anual}$$

Por tanto la demanda potencial del producto es:

$$Dm = 5.551 * 18$$

$$Dm = 99.918$$

### 3.6.2. Proyección de la Demanda

Debido a que en el mercado no existen productos iguales a los que se presenta dentro de este estudio, no es posible obtener datos históricos que permita fundamentar una proyección de la demanda. Sin embargo se considera para la proyección el resultado de las encuestas y la tasa de crecimiento poblacional del 2,5% (INEC) para la proyección.

Para determinar la demanda se estableció mediante la siguiente fórmula:

$$Py = Pa (1 + r)^n$$

**En donde:**

Py = Población proyectada

Pa = Población actual

r = Tasa de crecimiento de la población

n = Número de años

#### **Cuadro 18** Proyección de la Demanda en Cantidad de Producto

Con la Tasa de Crecimiento del 2,5%

Nº	AÑOS	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA
0	2013	99.918
1	2014	102.416
2	2015	104.976
3	2016	107.601
4	2017	110.291
5	2018	113.048

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras



## Cálculo

$$Py = Pa (1 + r)^n$$

$$Py = 99.918 (1 + 0,025)^1$$

$$Py = 102.416$$

### 2.6.3. Proyección de la Demanda Anual

Para la determinación de la demanda por cantidad de producto se estableció porcentajes de consumo en base a la cantidad total de consumo de arreglos florales obteniendo así para:

Arreglo florales pequeños un 45%

Arreglos florales medianos 39%

Arreglos florales grandes 16%

#### **Cuadro 19** Proyección de la Demanda en Cantidad de Producto

Por Arreglo Floral

<b>AÑOS</b>	<b>ARREGLOS PEQUEÑOS</b>	<b>ARREGLOS MEDIANOS</b>	<b>ARREGLOS GRANDES</b>
2013	44.963	38.968	15.987
2014	46.087	39.942	16.387
2015	47.239	40.941	16.796
2016	48.420	41.964	17.216
2017	49.630	43.013	17.647
2018	50.871	44.089	18.088

Elaborado por: Las Autoras

### **3.7. Análisis de la Oferta**

Para realizar el respectivo análisis de la oferta, se realizó un previo Estudio del Mercado mediante encuestas a productores y comerciantes, resultados que permitirán determinar con mayor exactitud el comportamiento de la oferta actual y a futuro, así como también conocer cuáles el posible mercado potencial al cual nos enfrentamos. Los resultados que obtuvimos fueron en la actualidad no existe oferta de cardo en la zona por tanto sería la primera unidad productiva en ofertar el producto.

Para la proyección de la oferta se analizó las floristerías de la ciudad de Ibarra por cuanto no se obtuvo resultados en la parroquia de San Antonio.

Las ventas de arreglos florares son en base a rosas y a flores tropicales.

#### **3.7.1. Oferta Actual del Producto**

Cálculo de la Venta Mensual y Anual de arreglos Florales, Medianos y Pequeños:

**VENTA MENSUAL=** 45\*28 días laborables

**VENTA MENSUAL=** 1.260

**VENTA ANUAL=** 1260\*12

**VENTA ANUAL=**15.120

**Cuadro 20** Oferta de Arreglos Florales de la Ciudad de Ibarra al 2013

EMPRESA	PRODUCTO	VENTA DIARIA	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL
Disflor	Arreglos pequeños	45	1.260	15.120
	Arreglos medianos	20	560	6.720
	Arreglos grandes	10	280	3.360
Las Gérberas	Arreglos pequeños	35	980	11.760
	Arreglos medianos	18	504	6.048
	Arreglos grandes	5	140	1.680
Los Anturios	Arreglos pequeños	50	1.400	16.800
	Arreglos medianos	25	700	8.400
	Arreglos grandes	10	280	3.360

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las autoras

**Cuadro 21** Total de la Oferta de arreglos florales

TOTAL ARREGLOS PEQUEÑOS	43.680
TOTAL ARREGLOS MEDIANOS	21.168
TOTAL ARREGLOS GRANDES	8.400

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las autoras

### Cálculo

La proyección de la oferta será calculado en base a la siguiente formula:

$$OP = OA(1 + i)^n$$

**Donde:**

**OP**= Oferta Proyectada

**OA** = Oferta actual

**1**= Valor constante

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Tiempo

**Cuadro 22** Proyección de la Oferta Anual de Arreglos Florales Pequeños con la Tasa de Crecimiento del 2,5%

<b>AÑOS</b>	<b>ARREGLOS PEQUEÑOS</b>
2013	43.680
2014	44.772
2015	45.891
2016	47.039
2017	48.215
2018	49.420

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras

**Fórmula:**

$$OP = OA(1 + i)^n$$

$$Py = 43.680(1 + 0,025)^1$$

$$Py = 44.772$$

**Cuadro 23** Proyección de la Oferta Anual de Arreglos Florales Medianos con la Tasa de Crecimiento del 2,5%

<b>AÑOS</b>	<b>ARREGLOS MEDIANOS</b>
2013	21.168
2014	21.697
2015	22.240
2016	22.796
2017	23.366
2018	23.950

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras

**Fórmula:**

$$OP = OA(1 + i)^n$$

$$OP = 21.168(1 + 0,025)^1$$

$$OP = 21.697$$

**Cuadro 24** Proyección de la Oferta Anual de Arreglos Florales Grandes con la Tasa de Crecimiento del 2,5%

<b>AÑOS</b>	<b>ARREGLOS GRANDES</b>
2013	8.400
2014	8.610
2015	8.825
2016	9.046
2017	9.272
2018	9.504

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras

**Fórmula:**

$$OP = OA(1 + i)^n$$

$$Py = 8.400(1 + 0,025)^1$$

$$Py = 8.610$$

### **3.8. Determinación de la Demanda Insatisfecha Proyectada**

**Cuadro 25** Cantidad Proyectada de Arreglos Florales Pequeños

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2013	44.963	43.680	1.283
2014	46.087	44.772	1.315
2015	47.239	45.891	1.347
2016	48.420	47.039	1.381
2017	49.630	48.215	1.416
2018	50.871	49.420	1.451

**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** Las Autoras

**Cuadro 26** Cantidad Proyectada de Arreglos Florales Medianos

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2013	38.968	21.168	17.800
2014	39.942	21.697	18.245
2015	40.941	22.240	18.701
2016	41.964	22.796	19.168
2017	43.013	23.366	19.647
2018	44.089	23.950	20.139

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 27** Cantidad Proyectada de Arreglos Florales Grandes

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2013	15.987	8.400	7.587
2014	16.387	8.610	7.777
2015	16.796	8.825	7.971
2016	17.216	9.046	8.170
2017	17.647	9.272	8.375
2018	18.088	9.504	8.584

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras

### 3.8.1. Cantidad Proyectada.

La capacidad máxima instalada de producción del proyecto se realizó en base al terreno, el mismo que representa dos hectáreas, se estima que por cada hectárea se obtendrá 75.000 plantas de cardo.

Una vez establecida la demanda insatisfecha del producto, se determina que la empresa estará en capacidad de producir cardo y comercializar arreglos florales, en los primeros años un porcentaje de un 80% al 2014, 90% al 2015, 100% en el 2016, 2017 un 100%y hasta el año 2018 100% de la demanda insatisfecha.

**Cuadro 28** Demanda Insatisfecha Proyectada de Arreglos Florales Pequeños

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA DEL PROYECTO</b>
2014	371,55	297,24
2015	1.537,35	1.383,62
2016	4.037,32	4.037,32
2017	8.163,25	8.163,25
2018	14.366,69	14.366,69

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 29** Demanda Insatisfecha Proyectada de Arreglos Florales Medianos

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA DEL PROYECTO</b>
2014	17.427,21	13.941,77
2015	18.865,20	16.978,68
2016	21.470,16	21.470,16
2017	25.495,25	25.495,25
2018	31.332,07	31.332,07

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras



**Cuadro 30** Demanda Insatisfecha Proyectada de Arreglos Florales Grandes

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA DEL PROYECTO</b>
2014	7.441,04	5.952,83
2015	8.038,27	7.234,44
2016	9.114,44	9.114,44
2017	10.773,41	10.773,41
2018	13.175,85	13.175,85

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras

### **3.9. Determinación del Precio del Producto**

Para la determinación del precio se realizó entrevistas a las siguientes floristerías: Dis Flor, Los Gerberas y Anturios, en la cual se pudo determinar un promedio de los mismos.

Los precios promedio en arreglos pequeños son 4.33, los precios en Arreglos medianos son de 23.33 Medianos y los precios en arreglos en grandes 38.33.

Para proyectar los precios en los próximos años se utilizó la tasa de inflación de los 5 años anteriores y se obtuvo un promedio el cual es de 4.30%.

### Cuadro 31 Proyección Precio del Producto

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Arreglos Pequeños	4.52	4.71	4.91	5.12	5.34
Arreglos Medianos	24.33	25.38	26.47	27.61	28.80
Arreglos Grandes	39.98	41.70	43.49	45.36	47.31
<b>Total</b>	<b>68.83</b>	<b>71.79</b>	<b>74.87</b>	<b>78.09</b>	<b>81.45</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras

### 3.10. Comercialización del Cardo

#### 3.10.1. Comercialización

La empresa ha considerado que el sistema que va a utilizar para hacer llegar el producto al consumidor, es sin intermediarios, lo que permitirá tener un precio final más bajo, debido a que su segmento de mercado está integrado desde los 14 hasta los 50 años de la Parroquia de San Antonio de Ibarra.

Comercialización del Producto “Flores y Diseños” S.A.

#### Ilustración 1 Comercialización del Producto



Elaborado por: Las Autoras

El objeto de este canal de distribución es colocar el producto a disposición del cliente en el lugar adecuado y en el momento oportuno, con diseños exclusivos.

### **3.10.2. Presentación y Calidad del Producto**

“CARDOS FLORES Y DISEÑOS” tendrá una presentación diferente porque se lo realizara la mezcla de flores vivas y el cardo seco, el cardo vivo y flores vivas, también se contara con una tarjeta de presentación.

#### **Presentación Flores y Diseños**

#### **Ilustración 2 Presentación del Producto**



Elaborado por: Las Autoras

La calidad es un factor muy importante, por tal razón se brindará a la población de la Parroquia de San Antonio de Ibarra en este caso arreglos florales seleccionados, a bajos costos y de esta manera lograr una mayor rentabilidad como también un mejor posicionamiento en el mercado de la localidad.

#### **1. Logotipo de la Empresa y del Producto Propuesto**

Como toda empresa y producto tiene una marca que lo identifique en el mercado, se realizó un logotipo de la empresa y la presentación de los arreglos florales de cardo, la misma que en su diseño cuenta con las siguientes características:

### Empresa “CARDÓ FLORES Y DISEÑOS”

#### Ilustración 3 Logotipo de la Empresa



Elaborado por: Las Autoras

#### Tarjeta de presentación de “Flores y Diseños” S.A.

#### Ilustración 4 Tarjeta de Presentación de la Empresa

##### Parte Anterior



Elaborado por: Las Autoras

##### Parte Posterior



- ✓ **Diseños que Intervienen en el Logotipo de la Empresa y en la Etiqueta del Producto**

## Empresa Cardo “Flores y Diseños” S.A.



**Recuadro Plomo.-** Representa una fusión de alegrías, penas, cesación de brillantez, lujo y elegancia.



**Color Verde.-** El verde tiene una fuerte afinidad con la naturaleza.

**Amarillo.-** Es un color brillante, alegre, que simboliza el lujo y el cómo estar de fiesta cada día. Se asocia

Elaborado por: Las Autoras

## Tarjeta de presentación “Flores y Diseños” S.A.

### Parte Anterior

### Significado



**Color rosado.-** El rosa es un color emocionalmente relajado e influye en los sentimientos convirtiéndolos en amables, suaves y profundos.



**Flores.-** Todas las flores cuentan con un lenguaje propio, y con cada una de ellas se puede transmitir un mensaje diferente: amistad, respeto y admiración. Cada flor tiene un significado, que va relacionado con su forma, color y nombre.



**Cardo.-** El cardo es una planta muy resistente, capaz de crecer en lugares que desafían a otras plantas más débiles, se protege además con una tupida cubierta de espinas y hojas con pinchos.

### Parte Posterior



Elaborado por: Las Autoras

### 3.11. Promoción y Publicidad

- Promover la compra de arreglos florales, destacando su variedad y valores nutricionales, esto se lo puede hacer a través de presentaciones en radio, TV, internet y portadas en la prensa local.
- El producto tiene la respectiva tarjeta de presentación para q conozcan el producto y por ende seria otra forma de promocionar.

- Cada uno de los arreglos florales tendrán incluido tarjetas pequeñas y lazos atrayentes a la mirada de los demandantes.
- Se proveerá de una página Web para mayor publicidad e información acerca de arreglos florales a base del cardo en Internet.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Tamaño del Proyecto**

Para determinar el tamaño del proyecto se han analizado una serie de factores los cuales son de gran importancia para el estudio de factibilidad, dichos factores se detallan a continuación.

##### **4.1.1. Estudio de Mercado**

La demanda de productos en base de cardo es alta, puesto que el cardo tiene muchos beneficios medicinales y nutricionales, además la flor tiene una apariencia única lo cual le hace llamativa para las floristerías en distintos arreglos florales, actualmente la oferta de cardo es muy reducida en la parroquia de san Antonio así como en la provincia de Imbabura, ya que en las florícolas no producen cardo si no claveles, rosas, margaritas, tulipanes y camelias.

En la actualidad la producción de cardo no la realiza en ninguna unidad productiva, haciendo que el producto que se ofertará sea acogido por los consumidores ya que es un producto nuevo en San Antonio de Ibarra e innovador.

##### **4.1.2. Disponibilidad de Materia Prima**

En lo que se requiere a materia prima e insumos se va a adquirir la óptima para realzar la producción y obtener de esta manera un producto de calidad.

La materia prima que se requerirá en la unidad productiva será:



- Materia vegetal
- Abono orgánico
- Fertilizantes
- Empaques

Entre los principales.

### **Proveedores**

- Las semillas de cardo serán adquiridas a un proveedor en Riobamba.
- Proveedores de abono orgánico, el abono orgánico será adquirido la mayor parte a los pobladores de San Antonio de Ibarra.
- Los materiales para la producción de cardo serán adquiridos en “El Ferretero”
- Las pinturas para los arreglos florales se adquirirán en “PINTULAC”
- Las cintas, base de barro y otros materiales serán adquiridos en “ALMACENES ASTRA”

#### **4.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra**

En lo referente a mano de obra se requerirá mano de obra calificada y no calificada, con conocimientos especializado en flores, así como también de siembra, tratamiento y cosecha de flores; también es necesario contar con personal administrativo y financiero.

#### **4.1.4. Disponibilidad de Recursos Financieros**

La disponibilidad de recursos financieros cubrirá la inversión total del proyecto, una parte será de recursos propios y la otra parte un préstamo bancario.

El proyecto productivo será financiado una parte con recursos propios y otra parte financiado con un préstamo bancario por la Corporación Financiera Nacional CFN.

#### **4.1.5. Disponibilidad de Infraestructura Física**

Con respecto a la infraestructura física el sector cuenta con energía eléctrica, agua potable, vías de acceso y agua de riego adecuada para la generación de productos agrícolas.

#### **4.2. Localización de Proyecto**

Para poder determinar la localización se analizó una serie de factores y fuerzas locacionales, así como también análisis cuantitativos y cualitativos para establecer la ubicación adecuada del proyecto.

##### **4.2.1. Macrolocalización**

La disponibilidad de materia prima es adecuada para la producción y elaboración de cardo, puesto que el cardo es una planta que se adapta a cualquier tipo de suelo y clima.

## Mapa

### Ilustración 5 Macrolocalización



Fuente: Información Directa  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.2.2 Microlocalización

##### 1 Costo del Terreno

Para establecer la unidad productiva en san Antonio de Ibarra el proyecto estableció, que el terreno destinado para la producción de cardo será arrendando; la extensión a arrendarse será de dos hectáreas. El costo por arrendamiento de las dos hectáreas es de \$ 400 anuales.

##### 2 Composición del Terreno

Los suelos de la provincia de Imbabura son de son de origen volcánico denominados negros andinos por su elevado contenido de materia orgánica buena capacidad de retención de agua, suelos francos, franco-arenoso, franco-arcilloso. (Barrera V, León C, Grijalva J, Chamorro F, 2004)

### **3 Existencia de Servicios Básicos**

En san Antonio de Ibarra cuentan con energía eléctrica, alcantarillado, agua, servicios de telefonía e internet y agua de riego que es muy importante para la generación óptima del producto que vamos a ofertar.

### **4 Aceptación de la Comunidad al Proyecto**

La aceptación de la comunidad hacia el proyecto es positiva puesto a que se realizó previamente una encuesta a los pobladores de San Antonio de Ibarra el mismo que fue expuesto de una manera amplia, dando a conocer los beneficios económicos, sociales, educativos y culturales que aportara el proyecto a la zona. En las encuestas realizadas se determinó que más de un 50% de la población está de acuerdo con la implantación de la unidad productiva.

### **5 Existencia de Servicios**

La población de la Parroquia de San Antonio de Ibarra cuenta con los servicios de Policía, Bomberos, Salud, Electricidad, Telefonía, Periódicos, Radios, Revistas, Canales de TV, entre otros.

## 6 Matriz de los Lugares a Ubicarse el Proyecto

**Cuadro 32** Matriz de Localización del Proyecto

FUERZAS LOCACIONALES	PORCENTAJE	SECTORES					
		Sector San Antonio Centro		Sector Barrio Tanguarín		Sector Barrio Chorlavi	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Energía	0.10	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Agua	0.10	4	0.4	4	0.4	4	0.4
Alcantarillado	0.10	4	0.4	4	0.4	3	0.3
Vías de acceso	0.15	4	0.6	3	0.5	4	0.6
Transporte	0.10	3	0.3	3	0.3	3	
Cercanía Mercado Objetivo	0.30	5	1.5	4	1.2	4	1.2
Características del suelo	0.10	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Seguridad	0.05	3	0.15	3	0.15	3	0.15
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>4.05</b>		<b>3.55</b>		<b>3.25</b>

Elaborado por: Las Autoras

Después de realizar la matriz se determinó que el lugar más adecuado para la ubicación de la floristería de arreglos florales con cardo corresponde al centro de San Antonio la cual obtuvo un puntaje ponderado de 4.05 lo que nos demuestra que es el lugar más conveniente para este tipo de proyecto.

El lugar donde se ubicara la Floristería es en la calle sucre y camilo Pompeyo guzmán junto al Colegio “Daniel Reyes “y para la producción de cardo está ubicado en la entrada a Pucahuaico.

### **4.3. Ingeniería del Proyecto**

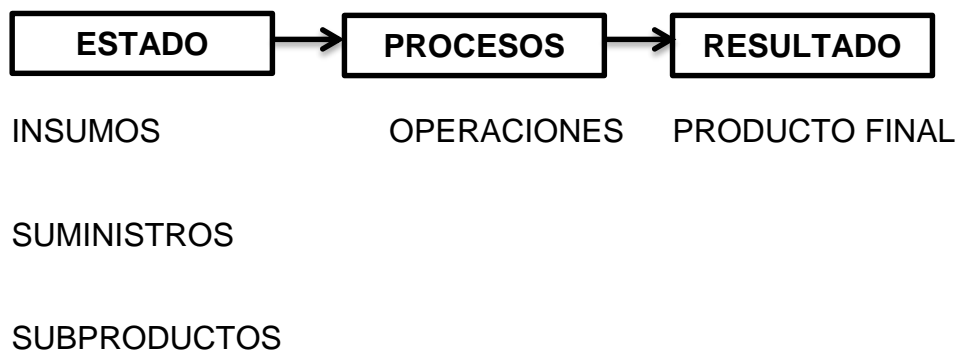
#### **4.3.1. Tecnología**

La producción resulta de combinar y transformar determinados insumos, con el fin de lograr bienes y servicios. Así el proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos, mediante la participación de una determinada tecnología, es decir la combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación.

#### **4.3.2 Procesos Productivos**

El proceso de producción debe quedar establecido en forma clara, de modo que permita obtener el producto deseado con un uso eficiente de los recursos necesarios. Para determinar el procedimiento primero hay que identificar las actividades requeridas para elaborar arreglos florales y segundo organizarlas de manera secuencial para que tenga una lógica aplicable.

**Cuadro 33**Procesos de Producción



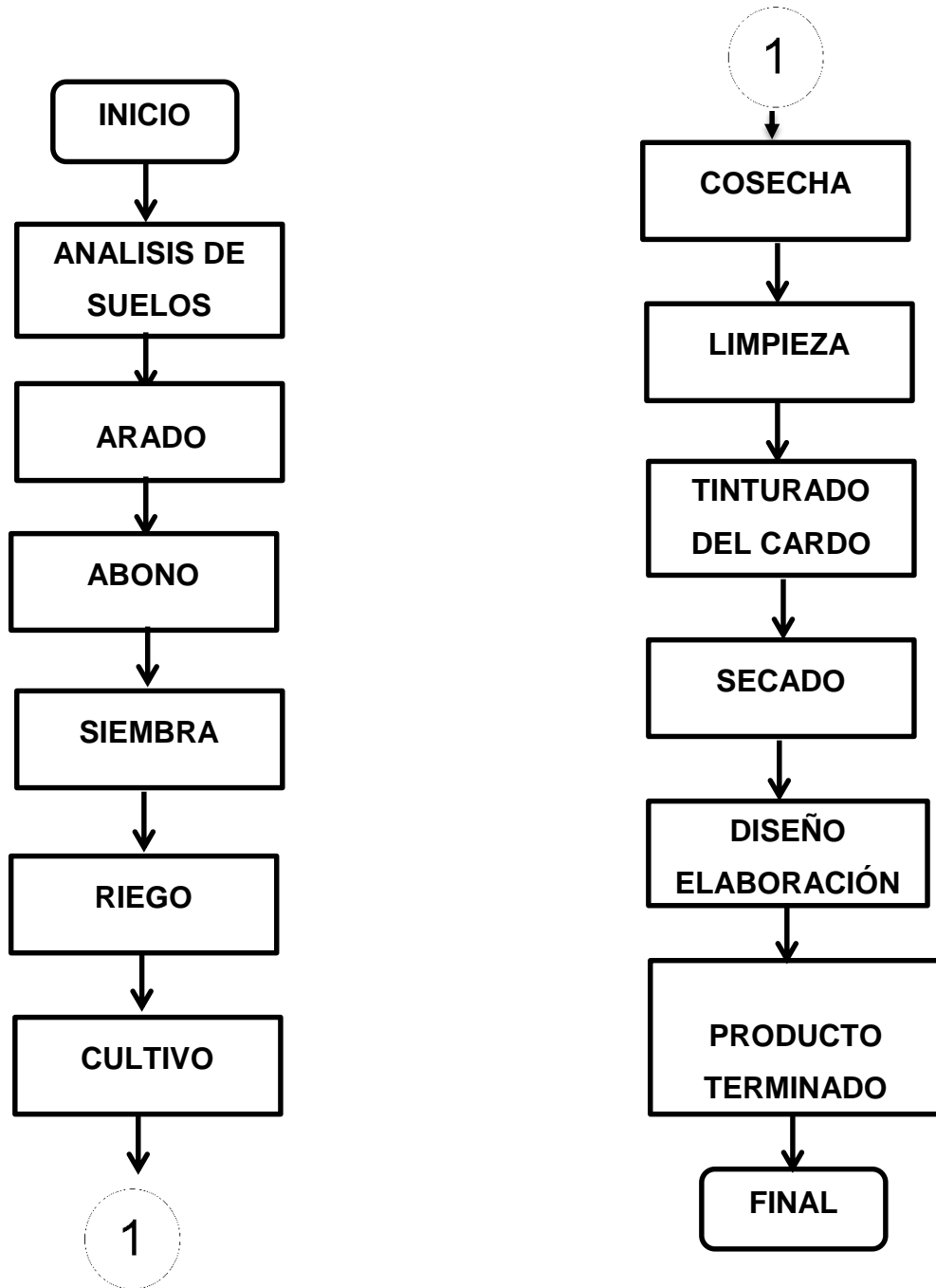
Elaborado por: Las Autoras

### **4.3.3. Flujograma de Producción**

El proceso de producción de los arreglos florales debe seguir la siguiente secuencia:

- Análisis del suelo
- Riego
- Abono
- Siembra
- Cultivo
- Limpieza del cardo
- Tinturado del cardo
- Secado del cardo
- Diseño del arreglo floral con cardo
- Producto Terminado

Cuadro 34Flujograma de Producción



Elaborado por: Las Autoras



#### **4.3.4. Descripción de los Procesos**

Para la producción de cardo se realizarán las siguientes actividades.

##### **Análisis de Suelos**

Tierras relacionadas con el aprovechamiento para la siembra de cultivos, tomando en cuenta que las condiciones climáticas son adecuadas.

Tierras de fácil laboreo manual o mecánico.

Constante y suficiente agua para riego.

La variedad del clima suelos permite lograr mejores niveles y variedad de producción.

##### **Arado**

El arado se utiliza principalmente para la labranza primaria, es decir para aflojar y facilitar una buena penetración de las raíces.

##### **Abono**

El abono es cualquier sustancia orgánica o inorgánica que mejora la calidad del sustrato, a nivel nutricional para las plantas.

##### **Siembra**

Las semillas se deben sembrarse haciendo pequeños espacios en la tierra y luego cubrir con una fina capa de tierra fértil, es importante saber que no se debe sembrar muy hondo.

## **Riego**

El riego por goteo es aplicado para que las raíces de las plantas absorban y se desarrollen mejor este es un sistema de tuberías y emisores, también se utilizara el método de riego por aspersión es una modalidad de riego mediante la cual el agua llega a las plantas en forma de "lluvia" localizada.

## **Cultivo del Cardo**

El cultivo de cardo se recomienda realizar en otoño ya que aprovecha el agua de la primavera al nacer, en verano se obtiene la planta y así se empieza el proceso de recolección.

## **Limpieza**

Se procederá a quitar las espinas de la flor para obtener el tallo y la flor.

## **Tinturado y secado**

Después de haber quitado las espinas se procede a pintar de diferentes colores a la flor de cardo y se deja reposar durante unos minutos para que la pintura se seque por completo y así obtener el producto terminado para elaboración de los arreglos florales

## **Tipos de Cardo**

### **Silvestre**

Este tipo de plantas no se producen por una semilla, solamente se da en el campo como una planta silvestre.

## **Carduus**

Plantas herbáceas anuales o perennes de 30 cm hasta 2 m de altura (incluso 4m). Los tallos son simples, ramificados y espinoso-alados, sus hojas son espinudas y son de color blanco a púrpura.

## **Picnomon Acarna**

Planta anual, de vello telarañiento-lanoso muy ramificada. Tallo erecto, provisto de alas espinosas. Hojas alternas lineares-lanceoladas, de 8-12 cm de largo, con 3-4 dientes grandes alejados, con espinas amarillas de hasta 1,5 cm de largo, entre las que se encuentran dientes más pequeños con espinas más cortas. Cabezuelas casi sésiles, la mayoría en inflorescencias terminales, a las que sobrepasan las hojas superiores. Involucro cilíndrico, de 8-15 mm de largo, de color rosa púrpura. Frutos marrón claro, brillantes, ovals-oblongos, comprimidos, con una corona de pelos de 14-19 mm de largo. Cerdas de longitud desigual, plumosas.

## **Scolymus Hispanicus**

Florece de mayo a agosto. Es una hierba bianual o perenne, de hasta 80 cm de altura, con hojas y tallos espinosos. Muestra una roseta basal de hojas muy divididas, rígidas, con alas espinosas y dentadas, que cubren también los tallos. Presenta en las axilas foliares flores amarillas, liguladas, hermafroditas, con cinco estambres y las anteras conniventes, de hasta 5 cm de diámetro, en inflorescencias en forma de capítulo, rodeadas de brácteas bifurcadas y también espinosas. Los frutos son aquenios, de unos 4 mm, coronados por pelos cortos ásperos y rodeados por escamas del receptáculo - que es cónico - membranosas y aladas.

Es comestible muy sabroso en guisos, berzas, revueltos e incluso en sopas y ensaladas. En etnofarmacología se utilizan las raíces como diuréticas en insuficiencias renales.

**Gráfico 9** Tipos de Cardo



**CARDO SILVESTRE**



**CARDUUS**



**PICNOMON ACARNA**

Elaborado por: Las Autoras



**PICNOMON ACARNA**

## **Cosecha del Cardo**

La recolección de los cardos se puede realizar partir de finales de verano desde septiembre para las variedades plantadas más tempranamente y a lo largo de todo el otoño y el invierno.

### **Gráfico 10**Recolección de Cardo



Fuente: Información Directa  
Elaborado por: Las Autoras

## **Limpieza del Cardo**

Deberán cortarse las hojas blanqueadas dejando solamente la parte central de la misma que corresponde a unas pencas de unos 40 o 50cm de longitud por unos 5cm de anchura.

## **Tinturado del Cardo**

### Gráfico 11 Tinturado de Cardo



**Fuente:** Información Directa  
**Elaborado por:** Las Autoras

Este proceso consiste en dar un color determinado mediante un soplete o spray a cada uno de los cardos según el tipo del arreglo floral que se desea diseñar o elaborar.

### Gráfico 12 Tinturado de Cardo



**Fuente:** Información Directa  
**Elaborado por:** Las Autoras

### Secado del Cardo

En este paso se espera a que el cardo este completamente seco para continuar con lo siguiente.

## Diseño Elaboración

Se realizara el diseño y elaborara el arreglo floral de acuerdo al pedido y necesidad del cliente. Además de elaborar arreglos para ser exhibidos en el área de ventas.

### Gráfico 13 Diseño Elaboración



Fuente: Información Directa  
Elaborado por: Las Autoras



## Terminado

Después de haber culminado con el arreglo floral se enviara al área de ventas donde se exhibirá para su venta.

### Gráfico 14 Diseño Elaboración



Fuente: Información Directa  
Elaborado por: Las Autoras



## 4.3.5. Maquinaria y Equipo

Para llevar a cabo la elaboración de los arreglos florales es necesario contar con una serie de máquinas, mobiliarios y utensilios, lo que dará

como resultado un producto de buena calidad, de lindos diseños y colores que alegren su hogar.

**Cuadro 35** Requerimientos para el Área de Producción

MAQUINARIA	CANTIDAD
Mesas	3
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 36** Requerimiento para el Área de Bodega

MAQUINARIA	CANTIDAD
Estanterías	4
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 37** Requerimiento para el Área de Administración

MOBILIARIO	CANTIDAD
Escritorio	1
Silla	2
Computadora Impresora	1
Archivador	1
Teléfono	1
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 38** Requerimiento para el Área de Ventas

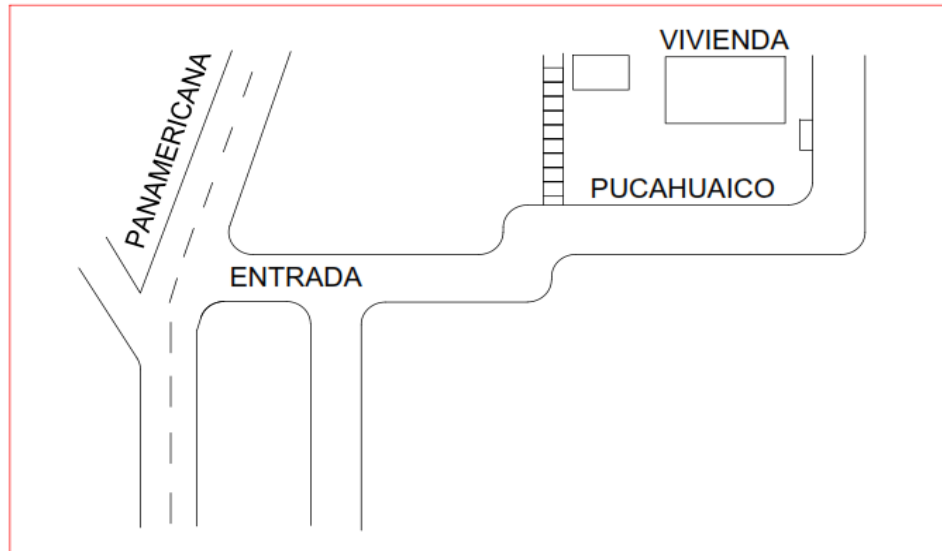
MOBILIARIO	CANTIDAD
Escritorio	1
Mostrador	1
Computadora Impresora	1
Sillas	3
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

Elaborado por: Las Autoras



### 4.3.6. Ingeniería Civil

Ubicación de las 2 Hectáreas Para la Producción de Cardo



### Ilustración 6 Ubicación de las Hectáreas

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Las Autoras

## 4.4. Inversión

### 4.4.1. Inversión fija

#### Cuadro 39 Vehículo

Detalle	Valor
Camioneta Chevrolet cabina simple año 2011	21000
<b>Total</b>	<b>21000</b>

Elaborado por: Investigación Directa  
Elaborado por: Las Autoras

## Cuadro 40 Maquinaria Equipos y Utensilios de Producción

MAQUINARIA			
MOBILIARIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estanterías	3	120	360
Aspersor Pastico 1/2"	20	3.12	62.50
Podadora Tipo Felco	6	7.14	42.86
<b>SUBTOTAL</b>			<b>465,36</b>
EQUIPOS			
Machete Águila Azul	2	4.46	8.92
Pala Agrícola Pulida Nº 2	6	6.91	41.52
Palancón Águila Azul Puntona	2	8.035	16.07
Carretilla Sidec	2	58.04	116.07
Mesas	5	40	200
Pico Bellota	3	11	33
Excavadora Bensson	1	17.81	17.81
Cabo para Pico	3	1.56	4.69
Rastrillos 134 Dientes	3	3.75	11.25
Serrucho Stanley	1	6.25	6.25
Martillo Mango Tubular	1	8.71	8.71
Varilla de Hierro de 10	8	4.73	37.86
Tubo PVC	60	3.04	182.14
<b>SUBTOTAL</b>			<b>684,29</b>
UTENILIOS			
Clavo 1/2"	5 Libras	0.76	3.79
Alicate Mango Negro	6	3.79	22.77
Tachos Grandes	3	10	30
Guantes	6	1.58	9.48
Mascarillas	6	2.92	17.52
Alambre galvanizado Nº 10	1Rollo	101.59	101.59
Botas llanera	6	11.51	69.06
Plástico Negro	10000mts	1.79	17.86
Pintura Galón Rosado	1 Galón	4.47	4.47
Brocha Multiuso	2	1.34	2.68
Ligas	1000	0.020	20
Cintas	200	0.030	6
Cuadros de Madera	10000	0.033	330
			<b>635,22</b>
<b>Total</b>			<b>1.784.87</b>

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Las Autoras

- Para iniciar el funcionamiento de la Empresa, se requiere de un equipo básico de oficina, a medida que la organización crezca los requerimientos de Equipo de Oficina aumentarán.

#### **Cuadro 41**Muebles y Equipos de Oficina

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorios de Oficina	2	250	500
Sillas	5	90	450
Mesa de Reuniones	1	230	230
Archivadores	1	270	270
Teléfono	1	40	40
Internet	1	20	20
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>900</b>	<b>1510</b>

**Fuente:** Varios Proveedores

**Elaborado por:** Las Autoras

- Los equipos de cómputo necesarios para la puesta en marcha de la Administración de la Empresa son los básicos a utilizarse y se los detalla en el siguiente cuadro:

#### **Cuadro 42**Equipos de Cómputo

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computadora	1	1200	1200
Impresora	1	60	60
Cartuchos	2	15	30
Tinta	1	10	10
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>1285</b>	<b>1285</b>

**Fuente:** Varios Proveedores

**Elaborado por:** Las Autoras

#### **Cuadro 43**Resumen de la Inversión Fija

<b>Detalle</b>	<b>Valor Total</b>
Vehículo	21000
Maquinaria y Equipos de producción	1784.87
Muebles y Enseres	1510
Equipos de Computación	1285
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>25.579.87</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Las Autoras

#### 4.4.2. Inversión Diferida

**Cuadro 44** Gastos de Constitución

Detalle	Cantidad	Valor Total
Estudios y Diseños	1	600
Tramites de Constitución	1	1200
Gastos de Instalación	1	800
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>2600</b>

Fuente: Varios Proveedores  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.4.3. Capital de Trabajo

Para el Capital de Trabajo se tomó en cuenta lo requerido para la operación.

**Cuadro 45** Capital de Trabajo

Detalle	Valor Anual
Costos de Producción	286.187,07
Gastos Administrativos	51.739,57
Gastos de Ventas	4.559,66
<b>Total Capital</b>	<b>342.486,30</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### Cálculo del Capital de Trabajo:

$$=342.486/12$$

$$=28.541$$

$$=28.541 * 5 \text{ meses}$$

$$=142.703$$

La empresa genera sus propios ingresos a partir del 5to mes.

#### 4.4.4 Inversión Total del Proyecto

**Cuadro 46** Inversión Total del Proyecto

Detalle	Valor
Inversión Fija	25.579.87
Inversión Diferida	2.600,00
Capital de Trabajo	142.703
<b>Inversión Total</b>	<b>170.883</b>

Fuente: Estudio Técnico y Estudio-Financiero  
Elaborado Por: Las Autoras

#### 4.4.5 Financiamiento

**Cuadro 47** Financiamiento

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital Propio	51.265	30%
Crédito	119.618	70%
<b>Total</b>	<b>170.883</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

#### 4.4.6. Talento Humano

Se establecieron los salarios de todo el personal de unidad productiva en base al tipo y actividad y salario mínimo en cada cargo. (ANEXO1)

**Cuadro 48** Talento Humano

<b>Detalle</b>	<b>Salario básico Unificado</b>
<b>Área Administrativa</b>	
Gerente	335,00
Contador	324,00
Bodeguero	330,00
Secretaria	330,00
<b>Área de Producción</b>	
Jefe de Producción	380,00
4 Obreros	1.272,00
<b>Área de Ventas</b>	
2 Vendedor	650,00

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Las Autoras

## CAPITULO V

### 5. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

#### 5.1. Determinación de Ingresos Proyectados

Para la proyección de las cantidades se utiliza el 2,5% del crecimiento poblacional y para proyectar el precio se utilizó el 4.30 % de la inflación.

#### Cuadro 49 Determinación de Ingresos

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>RUBROS</b>					
Arreglos Pequeños					
Cantidad (Un)	297	1.384	4.037	8.163	14.367
Precio	4,52	4,71	4,91	5,12	5,34
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.343,52</b>	<b>6.516,85</b>	<b>19.823,24</b>	<b>41.795,84</b>	<b>76.718,12</b>
Arreglos Medianos					
Cantidad (Un)	13.942	16.979	21.470	25.495	31.332
Precio	24,33	25,38	26,47	27,61	28,8
<b>SUBTOTAL</b>	<b>339.203,26</b>	<b>430.918,90</b>	<b>568.315,14</b>	<b>703.923,85</b>	<b>902.363,62</b>
Arreglos Grandes					
Cantidad (Un)	5.953	7.234	9.114	10.773	13.176
Precio	39,98	41,7	43,49	45,36	47,31
<b>SUBTOTAL</b>	<b>237.994,14</b>	<b>301.676,15</b>	<b>396.387,00</b>	<b>488.681,88</b>	<b>623.349,46</b>
<b>TOTAL</b>	<b>578.540,93</b>	<b>739.111,90</b>	<b>984.525,37</b>	<b>1.234.401,57</b>	<b>1.602.431,20</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras

## 5.2. Determinación de Egresos

### 5.2.1. Costos De Producción

#### 1. Materia Prima

**Cuadro 50**Materia Prima

CANTIDAD	2014	2015	2016	2017	2018
<b>MATERIA VEGETAL</b>					
Cantidad Un	150.000	153.750	157.594	161.534	165.572
Precio	1,2	1,25	1,31	1,36	1,42
Subtotal	180.000,00	192.433,50	205.725,84	219.936,36	235.128,46
<b>ESPUMA FLORAL</b>					
Cantidad Un	20.191	25.597	34.621	44.431	58.875
Precio	0,56	0,59	0,61	0,64	0,67
Subtotal	11.371,98	15.036,66	21.212,23	28.393,38	39.241,56
<b>CINTAS</b>					
Cantidad Mtr	375	392	408	426	444
Precio	0,16	0,16	0,17	0,18	0,18
Subtotal	58,74	63,90	69,52	75,63	78,88
<b>BASES DE BARRO</b>					
Cantidad Un	20.191	25.597	34.621	44.431	58.875
Precio	1,04	1,09	1,13	1,18	1,23
Subtotal	21.059,21	27.845,67	39.281,90	52.580,33	72.669,55
<b>CLAVO DE FLORISTERIA</b>					
Cantidad Lbrs	18	18	19	20	21
Precio	1,56	1,63	1,70	1,78	1,85
Subtotal	27,46	29,87	32,49	35,35	38,45
<b>TELA DE ALAMBRE</b>					
Cantidad Lbrs	735	767	800	834	870
Precio	26,08	27,20	28,37	29,59	30,86
Subtotal	19.173,34	20.857,70	22.690,03	24.683,32	26.851,73
<b>TOTAL</b>	<b>231.690,73</b>	<b>256.267,30</b>	<b>289.012,01</b>	<b>325.704,36</b>	<b>374.008,62</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras



## 2. Mano de Obra Directa

La proyección de los salarios administrativos se realizó en base al incremento salarial de los últimos 5 años.

**Cuadro 51** Porcentaje De Incremento De Sueldos Y Salarios

HISTORIAL DE SUELDOS	SUELDO	INCREMENTO	PROMEDIO
2009	218		
2010	240	22	0,1009174
2011	264	24	0,1
2012	292	28	0,1060606
2013	318	26	0,890411
<b>TOTAL PROMEDIO</b>			<b>0,0990048</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 52** Proyección Del Salario Unificado Al Personal Producción

Nº	DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
1	Jefe De Producción	417,62	458,97	504,41	554,35	609,23
4	Obreros	1.396,84	1.535,13	1.687,11	1.854,15	2.037,72
	SUELDO MENSUAL	1.814,46	1.994,10	2.191,52	2.408,49	2.646,95
	<b>SUELDO ANUAL</b>	21.773,48	23.929,16	26.298,26	28.901,92	31.763,35

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Autoras

### Cuadro 53 Proyección Gasto Total De Sueldos Personal

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Anual	21.773,48	23.929,16	26.298,26	28.901,92	31.763,35
Aporte Patronal	2.645,48	2.907,39	3.195,24	3.511,58	3.859,25
Fondos De Reserva		1.994,10	2.191,52	2.408,49	2.646,95
Décimo Tercer Sueldo	1.814,46	1.994,10	2.191,52	2.408,49	2.646,95
Décimo Cuarto Sueldo	1747,42	1920,42	2110,55	2319,51	2549,15
<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>27.980,84</b>	<b>32.745,17</b>	<b>35.987,10</b>	<b>39.549,99</b>	<b>43.465,63</b>

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Autoras

### 3. Costos Indirectos de Fabricación

#### a) Materia Prima Indirecta

#### Cuadro 54 Materia Prima Indirecta

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
<b>AGROQUIMICOS Y FERTILIZANTES</b>					
<b>NITRATO DE A, OMIO</b>					
CANTIDAD KG	10	11	11	12	12
PRECIO	28,31	29,52	30,79	32,12	33,50
SUBTOTAL	295,24	321,18	349,39	380,09	413,48
<b>MURIATO DE POTASIO</b>					
CANTIDAD SACOS	5	5	6	6	6
PRECIO	33,91	35,37	36,89	38,47	40,13
SUBTOTAL	176,83	192,36	209,26	227,65	247,65
<b>METALOSATE B</b>					
CANTIDAD LTS	2	2	2	2	2
PRECIO	24,04	25,07	26,15	27,28	28,45
SUBTOTAL	50,15	54,56	59,35	64,56	70,23
<b>URFOS P SOLUBLE</b>					
CANTIDAD KG	94	98	102	107	111
PRECIO	45,21	47,16	49,19	51,30	53,51

SUBTOTAL	4.244,24	4.617,10	5.022,70	5.463,94	5.943,94
<b>NITRATO DE CA</b>					
CANTIDAD KG	52	54	57	59	62
PRECIO	18,94	19,76	20,60	21,49	22,41
SUBTOTAL	987,77	1.074,54	1.168,94	1.271,63	1.383,34
<b>NITRATO DE MAGNESIO</b>					
CANTIDAD KG	52	54	57	59	62
PRECIO	23,62	24,64	25,70	26,80	27,96
SUBTOTAL	1.231,99	1.340,22	1.457,95	1.586,03	1.725,37
<b>ABONOS</b>					
<b>BIOABOR</b>					
CANTIDAD SACOS	313	326	340	355	370
PRECIO	9,70	10,12	10,55	11,01	11,48
SUBTOTAL	3.035,10	3.301,73	3.591,78	3.907,32	4.250,57
<b>FERTIRIGACIÓN</b>					
CANTIDAD UN	1	1	1	1	1
PRECIO	15.985,40	15.985,40	15.985,40	15.985,40	15.985,40
SUBTOTAL	15.985,40	15.985,40	15.985,40	15.985,40	15.985,40
<b>TOTAL MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>	<b>26.006,72</b>	<b>26.887,08</b>	<b>27.844,78</b>	<b>28.886,62</b>	<b>30.019,98</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autoras

## b) Otros Costos Indirectos de Fabricación

**Cuadro 55** Otros Costos Indirectos de Fabricación

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Rubros</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>ENERGIA ELECTRICA</b>					
Cantidad	4.000	4.100	4.203	4.308	4.415
Precio kw	0,1	0,1	0,11	0,11	0,12
Subtotal	400	427,63	457,17	488,75	522,51
<b>AGUA</b>					
Cantidad H	16.688	17.406	18.154	18.935	19.749
Precio	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Subtotal	108,78	118,34	128,74	140,05	152,35
<b>TOTAL</b>	<b>508,78</b>	<b>545,97</b>	<b>585,91</b>	<b>628,80</b>	<b>674,86</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autoras

El riego por goteo se realizara durante 3h/cada 3 días impregnando por igual todas las plantas.

### Cálculo del Agua de Riego:

=365/3

=122 días

=8000\*2hectareas

=16000 m3 por las dos hectáreas

=16000m3 /122 días

=131,506m3 por mes

=131,506/3horas

=43,8356 m3 por hora

### Cuadro 56 Resumen de Costos de Producción

Años \ Rubros	1 2014	2 2015	3 2016	4 2017	5 2018
MPD	231.690,73	256.267,30	289.012,01	325.704,36	374.008,62
MPI	26.006,72	26.887,08	27.844,78	28.886,62	30.019,98
MOD	27.980,84	32.745,17	35.987,10	39.549,99	43.465,63
CIF	508,78	545,97	585,91	628,8	674,86
<b>TOTAL</b>	<b>286.187,07</b>	<b>316.445,52</b>	<b>353.429,80</b>	<b>394.769,77</b>	<b>448.169,09</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las Autoras

Para la determinación de cada uno de los costos y gastos de producción (Materia Prima Directa, Materia Prima Indirecta, Mano de Obra Directa, Costos Indirectos de Fabricación) que se incurrirán en cada uno de los arreglos florares, se realizó un análisis en base a una ponderación porcentual que se detalla en los siguientes cuadros.

**Cuadro 57** Porcentaje para la Determinación de Cotos y Gastos

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
CANTIDAD (UN) ARREGLOS PEQUEÑOS	1,47	5,41	11,66	18,37	24,40
CANTIDAD (UN) ARREGLOS MEDIANOS	69,05	66,33	62,01	57,38	53,22
CANTIDAD (UN) ARREGLOS GRANDES	29,48	28,26	26,33	24,25	22,38
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

**CALCULO:**

=Total MPD \* % de ponderación.

=231.690,73\*1,47%

=3.410,67

**Cuadro 58** Resumen de Costos de Materia Prima Directa por Cada Arreglo Floral

<b>Años</b> <b>Rubros</b>	<b>1</b> <b>2014</b>	<b>2</b> <b>2015</b>	<b>3</b> <b>2016</b>	<b>4</b> <b>2017</b>	<b>5</b> <b>2018</b>
ARREGLOS PEQUEÑOS	3.410,67	13.852,41	33.702,17	59.840,01	91.266,27
ARREGLOS MEDIANOS	159.974,47	169.985,73	179.225,59	186.890,77	199.041,05
ARREGLOS GRANDES	68.305,59	72.429,16	76.084,24	78.973,57	83.701,30
<b>TOTAL</b>	<b>231.690,73</b>	<b>256.267,30</b>	<b>289.012,01</b>	<b>325.704,36</b>	<b>374.008,62</b>

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 579** Resumen de Costos de Mano de Obra Directa por Cada Arreglo Floral

<b>Años</b> <b>Rubros</b>	<b>1</b> <b>2014</b>	<b>2</b> <b>2015</b>	<b>3</b> <b>2016</b>	<b>4</b> <b>2017</b>	<b>5</b> <b>2018</b>
ARREGLOS PEQUEÑOS	411,90	1.770,03	4.196,52	7.266,32	10.606,56
ARREGLOS MEDIANOS	19.319,81	21.720,33	22.316,75	22.693,98	23.131,67
ARREGLOS GRANDES	8.249,13	9.254,81	9.473,83	9.589,69	9.727,40
<b>TOTAL</b>	<b>27.980,84</b>	<b>32.745,17</b>	<b>35.987,10</b>	<b>39.549,99</b>	<b>43.465,63</b>

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 60** Resumen de Costos Indirectos de Fabricación por Cada Arreglo Floral

<b>Años</b> <b>Rubros</b>	<b>1</b> <b>2014</b>	<b>2</b> <b>2015</b>	<b>3</b> <b>2016</b>	<b>4</b> <b>2017</b>	<b>5</b> <b>2018</b>
ARREGLOS PEQUEÑOS	7,49	29,51	68,32	115,53	164,68
ARREGLOS MEDIANOS	351,30	362,15	363,34	360,81	359,15
ARREGLOS GRANDES	150,00	154,31	154,24	152,47	151,03
<b>TOTAL</b>	<b>508,78</b>	<b>545,97</b>	<b>585,91</b>	<b>628,8</b>	<b>674,86</b>

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 61** Resumen de Costos Materia Prima Indirecta por Cada Arreglo Floral

<b>Años</b> <b>Rubros</b>	<b>1</b> <b>2014</b>	<b>2</b> <b>2015</b>	<b>3</b> <b>2016</b>	<b>4</b> <b>2017</b>	<b>5</b> <b>2018</b>
ARREGLOS PEQUEÑOS	382,84	1.453,37	3.247,03	5.307,19	7.325,53
ARREGLOS MEDIANOS	17.956,74	17.834,58	17.267,44	16.575,29	15.976,12
ARREGLOS GRANDES	7.667,14	7.599,13	7.330,31	7.004,14	6.718,32
<b>TOTAL</b>	<b>26.006,72</b>	<b>26.887,08</b>	<b>27.844,78</b>	<b>28.886,62</b>	<b>30.019,98</b>

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Las Autoras

## 5.2.2. Gastos Administrativo

### 1. Sueldos al Personal Administrativo

Se estableció los sueldos del personal administrativo en base a los salarios mínimos por actividad. (ANEXO 1)

**Cuadro 62** Proyección Del Salario Unificado Al Personal Administrativo

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Rubros</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
GERENTE PROPIETARIO	368,17	404,62	444,68	488,70	537,08
SECRETARIA	356,08	391,33	430,07	472,65	519,45
CONTADOR GENERAL	362,67	398,58	438,04	481,41	529,07
BODEGUERO	362,67	398,58	438,04	481,41	529,07
<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>1.449,59</b>	<b>1.593,10</b>	<b>1.750,83</b>	<b>1.924,17</b>	<b>2.114,67</b>
<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>17.395,05</b>	<b>19.117,24</b>	<b>21.009,94</b>	<b>23.090,02</b>	<b>25.376,05</b>

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Las Autoras



**Cuadro 63** Proyección Gasto Total De Sueldos Personal Administrativo

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
SUELDO ANUAL	17.395,05	19.117,24	21.009,94	23.090,02	25.376,05
APORTE PATRONAL	2.113,50	2.322,74	2.552,71	2.805,44	3.083,19
FONDOS DE RESERVA	1.449,59	1.593,10	1.750,83	1.924,17	2.114,67
DÉCIMO TERCER SUELDO	1.449,59	1.593,10	1.750,83	1.924,17	2.114,67
DÉCIMO CUARTO SUELDO	1.541,17	1.693,75	1.861,44	1.752,91	2.557,16
<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>23.948,89</b>	<b>26.319,94</b>	<b>28.925,74</b>	<b>31.496,71</b>	<b>35.245,74</b>

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 64** Proyección de Arriendo del Terreno y Local Comercial

Años	1	2	3	4	5
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>ARRIENDO TERRENO</b>					
Cantidad Hect.	2	2	2	2	2
Precio	417,20	435,14	453,85	473,37	493,72
Valor	834,40	870,28	907,70	946,73	987,44
Rubros		2.015,00	2016	2.017,00	2.018,00
<b>ARRIENDO LOCAL</b>					
Cantidad Mes	12	12	12	12	12
Precio	208,6	217,57	226,93	236,68	246,86
Valor	2503,2	2610,84	2723,1	2840,2	2962,33
<b>TOTAL</b>	<b>3.337,60</b>	<b>3.481,12</b>	<b>3.630,80</b>	<b>3.786,93</b>	<b>3.949,77</b>

Elaborado por: Las Autoras

## 2. Suministros y Materiales de Oficina

**Cuadro 65** Materiales De Oficina

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Rubros</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b><u>PAPEL BON</u></b>					
Cantidad	50	52	54	57	59
Precio	3,5	3,7	3,9	4,0	4,2
Valor	177,54	193,13	210,10	228,56	248,64
<b><u>GRAPADORA</u></b>					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	4,48	4,68	4,88	5,09	5,31
Valor	<b>9,36</b>	<b>10,18</b>	<b>11,07</b>	<b>12,04</b>	<b>13,10</b>
<b><u>GRAPAS</u></b>					
Cantidad	38	39	41	43	44
Precio	1,36	1,41	1,48	1,54	1,60
Valor	50,91	55,38	60,25	65,54	71,30
<b><u>PERFORADORA</u></b>					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	3,13	3,26	3,40	3,55	3,70
Valor	6,53	7,10	7,72	8,40	9,14
<b><u>MEMORY</u></b>					
Cantidad	3	3	3	4	4
Precio	8,34	8,70	9,08	9,47	9,87
Valor	26,11	28,40	30,90	33,61	36,56
<b><u>ESFEROS</u></b>					
Cantidad	75	78	82	85	89
Precio	0,31	0,33	0,34	0,36	0,37
Valor	<b>23,50</b>	<b>25,56</b>	<b>27,81</b>	<b>30,25</b>	<b>32,91</b>
<b><u>CARPETAS</u></b>					
Cantidad	50,06	52,22	54,46	56,80	59,25
Precio	0,52	0,54	0,57	0,59	0,62
Valor	26,11	28,40	30,90	33,61	36,56
<b><u>LAPIZ</u></b>					

Cantidad	25,03	26,11	27,23	28,40	29,62
Precio	0,31	0,33	0,34	0,36	0,37
Valor	7,83	8,52	9,27	10,08	10,97
<b><u>BORRADOR</u></b>					
Cantidad	1,04	1,09	1,13	1,18	1,23
Precio	0,26	0,27	0,28	0,30	0,31
Valor	0,27	0,30	0,32	0,35	0,38
<b><u>CORRECTOR</u></b>					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	0,83	0,87	0,91	0,95	0,99
Valor	0,87	0,95	1,03	1,12	1,22
<b><u>CLIPS</u></b>					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	2,24	2,34	2,44	2,54	2,65
Valor	2,34	2,54	2,77	3,01	3,28
<b><u>CARPETAS CON ANILLO</u></b>					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	10,43	10,88	11,35	11,83	12,34
Valor	10,88	11,83	12,87	14,00	15,24
<b><u>BASURERO</u></b>					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	5,22	5,44	5,67	5,92	6,17
Valor	5,44	5,92	6,44	7,00	7,62
Total	<b>20.981,23</b>	<b>23.058,47</b>	<b>27.850,28</b>	<b>36.968,21</b>	<b>53.929,55</b>

FUENTE: Investigación Directa  
ELABORADO POR: Las Autoras

**Cuadro 66** Materiales de Aseo

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Rubros</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b><u>AMBIENTALES</u></b>					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	2,61	2,61	2,61	2,61	2,61
Valor	5,44	5,67	5,92	6,17	6,44
<b><u>JABON LIQUIDO</u></b>					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17
Valor	8,70	9,08	9,47	9,87	10,30
<b><u>PAPEL HIGIENICO</u></b>					
Cantidad	25	26	27	28	30
Precio	3,65	3,81	3,97	4,14	4,32
Valor	91,38	99,41	108,14	117,64	127,97
<b><u>TRAPEADOR</u></b>					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	2,09	2,18	2,27	2,37	2,47
Valor	2,18	2,37	2,57	2,80	3,05
<b><u>ESCOBA</u></b>					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	2,07	2,15	2,25	2,34	2,44
Valor	2,15	2,34	2,55	2,77	3,02
<b><u>RECOGEDOR DE BASURA</u></b>					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	2,09	2,18	2,27	2,37	2,47
Valor	2,18	2,37	2,57	2,80	3,05
<b><u>DESINFECTANTE</u></b>					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	5,83	6,08	6,34	6,62	6,90
Valor	6,08	6,62	7,20	7,83	8,52
<b>Total</b>	<b>118,11</b>	<b>127,85</b>	<b>138,42</b>	<b>149,89</b>	<b>162,34</b>

Elaborado por: Las Autoras

### 3. Gastos Generales de Administración

**Cuadro 67** Gastos Generales de Administración

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Rubros</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b><u>ENERGIA</u></b>					
<b><u>ELECTRICA</u></b>					
Cantidad kwh	7759,9	7759,9	7759,9	7759,9	7759,9
Precio	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Valor	809,36	844,16	880,46	918,32	957,81
<b><u>AGUA POTABLE</u></b>					
Cantidad m3	500,64	522,17	544,62	568,04	592,47
Precio	0,39	0,40	0,42	0,44	0,46
Valor	193,20	210,17	228,64	248,72	270,57
<b><u>TELEFONO</u></b>					
Cantidad	12	12	12	12	12
Precio	6,26	6,53	6,81	7,10	7,41
Valor	75,10	78,33	81,69	85,21	88,87
<b><u>INTERNET</u></b>					
Cantidad Mbps	1253	1	1	1	1
Precio	0,21	0,22	0,23	0,24	0,25
Valor	261,53	0,24	0,26	0,28	0,31
<b>Total</b>	<b>1338,74</b>	<b>1169,20</b>	<b>1268,40</b>	<b>1376,16</b>	<b>1493,23</b>

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 68** Resumen de Gastos Administrativos

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Rubros</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Remuneraciones	23.948,89	26.319,94	28.925,74	31.496,71	35.245,74
Arriendo Terreno y Local Comercial	3.337,60	3.481,12	3.630,80	3.786,93	3.949,77
Materiales de Oficina	20.981,23	23.058,47	27.850,28	36.968,21	53.929,55
Materiales de Aseo	118,11	127,85	138,42	149,89	162,34
Gastos Administrativos	1338,74	1169,2	1268,4	1376,16	1493,23
<b>TOTAL</b>	<b>51.739,57</b>	<b>56.173,58</b>	<b>63.832,64</b>	<b>75.798,90</b>	<b>96.803,63</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las Autoras

Para la determinación de los gastos de administración que se incurrirán en cada uno de los arreglos florares, se realizó un análisis en base a una ponderación porcentual que se detalla en el siguiente cuadro.

**Cuadro 69** Resumen de Gastos Administrativos por cada uno de los Arreglos Florales

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Rubros</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
ARREGLOS PEQUEÑOS	761,65	3.036,44	7.443,63	13.926,15	23.622,20
ARREGLOS MEDIANOS	35.724,39	37.260,73	39.584,66	43.493,78	51.517,25
ARREGLOS GRANDES	15.253,53	15.876,41	16.804,35	18.378,97	21.664,18
<b>TOTAL</b>	<b>51.739,57</b>	<b>56.173,58</b>	<b>63.832,64</b>	<b>75.798,90</b>	<b>96.803,63</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las Autoras

### 5.2.3. Gasto de Ventas

#### 1. Sueldo al Personal de Ventas

Se estableció los sueldos del personal de ventas en base a los salarios mínimos por actividad. (ANEXO 1)

**Cuadro 70** Proyección del Salario Básico Unificado

<b>Años</b> <b>Cargo</b>	<b>1 2014</b>	<b>2 2015</b>	<b>3 2016</b>	<b>4 2017</b>	<b>5 2018</b>
2 Vendedores	714,35	785,08	862,80	948,23	1.042,10
<b>Total</b>	<b>714,35</b>	<b>785,08</b>	<b>862,80</b>	<b>948,23</b>	<b>1.042,10</b>

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 71** Proyección del Gasto Total del Personal de Ventas

<b>Años</b> <b>Rubros</b>	<b>1 2014</b>	<b>2 2015</b>	<b>3 2016</b>	<b>4 2017</b>	<b>5 2018</b>
Salario Básico unificado	714,35	785,08	862,80	948,23	1.042,10
Aporte patronal 12,15%	86,79	95,39	104,83	115,21	126,62
Fondos de reserva	59,53	65,42	71,90	79,02	86,84
Décimo tercer sueldo	59,53	65,42	71,90	79,02	86,84
Décimo cuarto sueldo	385,29	423,44	465,36	350,58	511,43
<b>Total</b>	<b>1.305,50</b>	<b>1.434,75</b>	<b>1.576,80</b>	<b>1.572,06</b>	<b>1.853,84</b>

Elaborado por: Las Autoras

## 2. Gasto Publicidad

**Cuadro 72** Gasto Publicidad

<b>Años</b> <b>Rubros</b>	<b>1</b> <b>2014</b>	<b>2</b> <b>2015</b>	<b>3</b> <b>2016</b>	<b>4</b> <b>2017</b>	<b>5</b> <b>2018</b>
<b><u>PUBLICIDAD TV</u></b>					
Cantidad (Minutos)	208	312	416	520	624
Precio	15,65	16,32	17,02	17,75	18,51
Valor	3254,16	5091,13	7080,07	9230,64	11553,07

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 73** Resumen de Gastos de Ventas

<b>Años</b> <b>Rubros</b>	<b>1</b> <b>2014</b>	<b>2</b> <b>2015</b>	<b>3</b> <b>2016</b>	<b>4</b> <b>2017</b>	<b>5</b> <b>2018</b>
Vendedores	1.305,50	1.434,75	1.576,80	1.572,06	1.853,84
Publicidad	3.254,16	5.091,13	7.080,07	9.230,64	11.553,07
<b>TOTAL</b>	<b>4.559,66</b>	<b>6.525,88</b>	<b>8.656,87</b>	<b>10.802,70</b>	<b>13.406,91</b>
Vendedores	1.305,50	1.434,75	1.576,80	1.572,06	1.853,84

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las Autoras

Para la determinación de los gastos de ventas que se incurrirán en cada uno de los arreglos florales, se realizó un análisis en base a una ponderación porcentual que se detalla en el siguiente cuadro.

**Cuadro 74** Resumen de Ventas por cada uno de los Arreglos Florales

<b>Años</b> <b>Rubros</b>	<b>1</b> <b>2014</b>	<b>2</b> <b>2015</b>	<b>3</b> <b>2016</b>	<b>4</b> <b>2017</b>	<b>5</b> <b>2018</b>
ARREGLOS PEQUEÑOS	67,12	352,75	1.009,49	1.984,73	3.271,58
ARREGLOS MEDIANOS	3.148,29	4.328,71	5.368,40	6.198,64	7.134,93
ARREGLOS GRANDES	1.344,25	1.844,42	2.278,98	2.619,33	3.000,40
<b>TOTAL</b>	<b>4.559,66</b>	<b>6.525,88</b>	<b>8.656,87</b>	<b>10.802,70</b>	<b>13.406,91</b>

Elaborado por: Las Autoras



### 5.3. Tabla de Amortización del Préstamo

**Cuadro 75** Amortización del Préstamo

DETALLE	MONTO
Préstamo	119.618
Interés	11.83%
Plazo	5

Fuente: CFN

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 76** Tabla de Amortización del Crédito

Años	Interés	Amortización	Cuota	Saldo
0				119.618,00
1	14.150,81	23.923,60	38.074,41	95.694,40
2	11.320,65	23.923,60	35.244,25	71.770,80
3	8.490,49	23.923,60	32.414,09	47.847,20
4	5.660,32	23.923,60	29.583,92	23.923,60
5	2.830,16	23.923,60	26.753,76	-

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

### 5.4. Depreciación de Activos Fijos

**Cuadro 77** Depreciación de Activos Fijos

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Vehículo	2625	2625	2625	2625	2625
Maquinaria y Equipos de producción	223,10875	223,10875	223,10875	223,10875	223,10875
Muebles y Enseres	302	302	302	302	302
Equipos de Computación	214	214	214	214	214
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>	<b>3.364,28</b>	<b>3.364,28</b>	<b>3.364,28</b>	<b>3.364,28</b>	<b>3.364,28</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las Autoras

## 5.5. Estado Situación Financiera

### Cuadro 78 Estado Situación Financiera

EMPRESA "FLORES Y DISEÑOS" S.A.

Estado Situación Financiera

Al 31 de Diciembre del 2014

Expresado en Dólares Americanos

<b>ACTIVOS</b>		
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		
<b>Propiedad Planta y Equipo</b>		25.579,87
Maquinaria y equipo	1.784,87	
Equipos de computación	1.285,00	
Muebles y enseres	1.510,00	
Vehículos	21.000,00	
<b>Activos Intangibles</b>		
Gatos de constitución		2.600,00
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		
<b>Efectivo y Equivalentes de Efectivo</b>		142.703,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>170.882,87</b>
<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVOS</b>		
<b>PATRIMONIO NETO ATRIBUIBLE A LOS PRPIETARIOS DE LA CONTROLADORA</b>		
Capital Ordinario		153.394,46
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>		
<b>PASIVOS</b>		
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>		
Obligaciones con Instituciones Financieras		14.150,81
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
Proveedores y otras cuentas por pagar		3.337,60
<b>TOTAL PASIVOS</b>		17.488,41
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVOS</b>		<b>170.882,87</b>

---

GERENTE

---

CONTADOR

## 5.6. Estado de Resultados

### Cuadro 79 Estado de Resultados

EMPRESA "FLORES Y DISEÑOS" S.A.

Estado de Resultados

Al 31 de Diciembre del 2013

Expresado en Dólares Americanos

<b>ACTIVIDADES CONTINUADAS</b>					
Ingresos ordinarios	578.540,93	739.111,90	984.525,37	1.234.401,57	1.602.431,20
Coste de producción	286.187,07	316.445,52	353.429,80	394.769,77	448.169,09
<b>BENEFICIO BRUTO</b>	<b>292.353,86</b>	<b>422.666,38</b>	<b>631.095,57</b>	<b>839.631,80</b>	<b>1.154.262,11</b>
Gastos de administración	51.739,57	56.173,58	63.832,64	75.798,90	96.803,63
Gastos de ventas	4.559,66	6.525,88	8.656,87	10.802,70	13.406,91
<b>RESULTADO DE EXPLOTACION</b>	<b>236.054,63</b>	<b>359.966,92</b>	<b>558.606,06</b>	<b>753.030,20</b>	<b>1.044.051,57</b>
Gastos de depreciación	3.364,28	3.364,28	3.364,28	3.364,28	3.364,28
Gastos financieros	14.150,81	11.320,65	8.490,49	5.660,32	2.830,16
<b>UTILIDAD EN OPERACIÓN</b>	<b>218.539,54</b>	<b>345.281,99</b>	<b>546.751,29</b>	<b>744.005,60</b>	<b>1.037.857,13</b>
Participación en los resultados 15%	32.780,93	51.792,30	82.012,69	111.600,84	155.678,57
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>185.758,61</b>	<b>293.489,69</b>	<b>464.738,60</b>	<b>632.404,76</b>	<b>882.178,56</b>
Impuesto sobre ganancias 22%	40.866,89	64.567,73	102.242,49	139.129,05	194.079,28
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>144.891,72</b>	<b>228.921,96</b>	<b>362.496,11</b>	<b>493.275,71</b>	<b>688.099,28</b>

---

GERENTE

---

CONTADOR

## 5.7. Flujo de Caja

### Cuadro 80 Flujo de Caja

EMPRESA "FLORES Y DISEÑOS" S.A.

Flujo de Caja

Al 31 de Diciembre del 2013

Expresado en Dólares Americanos

VENTAS		578.540,93	739.111,90	984.525,37	1.234.401,57	1.602.431,20
INGRESOS POR VENTAS DE ACTIVOS						
COSTOS DE PRODUCCION		286.187,07	316.445,52	353.429,80	394.769,77	448.169,09
GASTOS DE FABRICACION						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		51.739,57	56.173,58	63.832,64	75.798,90	96.803,63
GASTOS DE VENTAS		4.559,66	6.525,88	8.656,87	10.802,70	13.406,91
GASTOS FINANCIEROS		14.150,81	11.320,65	8.490,49	5.660,32	2.830,16
DEPRECIACION		3.364,28	3.364,28	3.364,28	3.364,28	3.364,28
UTILIDAD		<b>218.539,54</b>	<b>345.281,99</b>	<b>546.751,29</b>	<b>744.005,60</b>	<b>1.037.857,13</b>
DISTRIBUCION DE UTILIDAD		32.780,93	51.792,30	82.012,69	111.600,84	155.678,57
IMPUESTOS		40.866,89	64.567,73	102.242,49	139.129,05	194.079,28
UTILIDAD NETA		<b>144.891,72</b>	<b>228.921,96</b>	<b>362.496,11</b>	<b>493.275,71</b>	<b>688.099,28</b>
DEPRECIACIONES		3.364,28	3.364,28	3.364,28	3.364,28	3.364,28
INVERSION INICIAL	170.883,00					
CAPITAL DE TRABAJO						
PRESTAMO	119.618,00					
PRESTAMO AMORTIZACION		23.923,60	23.923,60	23.923,60	23.923,60	23.923,60
VALOR DE RESCATE						
RECUPERACION						136.706,40
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>- 290.501,00</b>	<b>124.332,40</b>	<b>208.362,64</b>	<b>341.936,79</b>	<b>472.716,39</b>	<b>804.246,36</b>

---

GERENTE

---

CONTADOR

## 5.8. Evaluación Financiera

### 5.8.1. Costo de Oportunidad

**Cuadro 81** Cálculo De La Tasa De Redescuento

Descripción	Valor	Porcentaje	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado	Tasa de Redescuento
Crédito	119.618,00	70,00	11,83	828,10	8,28
Aporte Propio	51.265,00	30,00	5,00	150,00	1,50
<b>Totales</b>	<b>170.883,00</b>	<b>100,00</b>			<b>9,78</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

CK= Costo de oportunidad

Tasa de inflación: 4,16%

$$i = (1 + KP) (1 + KP)$$

$$i = (1 + 0,0978) (1 + 0,0416)$$

$$i = 1,143468$$

$$i = 1,143468 - 1$$

$$i = 0,143468 * 100$$

$$i = 14,35$$

### 5.8.2. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Mediante el VAN se determina el valor presente de flujos de efectivo, para lo cual se ha utilizado en éste periodo la tasa de redescuento del 14,35%.

### Cuadro 82VAN Con la Tasa Inferior

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA INFERIOR	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2014	124.332,40	1,14	108.729,69
2015	208.362,64	1,31	159.348,33
2016	341.936,79	1,50	228.684,81
2017	472.716,39	1,71	276.475,08
2018	804.246,36	1,96	411.346,93
<b>TOTALES</b>	<b>1.951.594,57</b>	<b>7,61</b>	<b>1.184.584,83</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN$$

$$VAN = 170.883 - 1.184.584,83$$

$$VAN = 1.013.701,83$$

El Valor Actual Neto (VAN) dio como resultado un valor mayor a cero por tanto, el proyecto es factible, ya que al invertir 170.883,00USD, obtendrá dentro de 5 años 1.013.701,83USD adicional a la inversión realizada.

### 5.8.3. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

### Cuadro 83VAN Con la Tasa Inferior y Superior

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA INFERIOR	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	TASA SUPERIOR	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2014	124.332,40	1,14	108.729,69	2,19	56.772,78
2015	208.362,64	1,31	159.348,33	4,80	43.444,18
2016	341.936,79	1,50	228.684,81	10,50	32.554,68
2017	472.716,39	1,71	276.475,08	23,00	20.550,59
2018	804.246,36	1,96	411.346,93	50,38	15.964,99
<b>TOTAL</b>	<b>1.951.594,57</b>	<b>7,61</b>	<b>1.184.584,83</b>	<b>90,87</b>	<b>169.287,22</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN$$

$$VAN = 170.883,00 - 170.883,00$$

$$VANi = 1.013.701,83$$

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN$$

$$VAN = 170.883,00 - 169.287,22$$

$$VANs = -1.595,78$$

**Cuadro 84** Datos para la Formula de Interpolación

TASA INFERIOR	14,35
TASA SUERIOR	119
VAN TASA INFERIOR	1.1013,701,83
VAN TASA SUPERIOR	-1.595,78

**FORMULA:**

*TIR = Tasa inferior*

$$+ (Tasa superior - Tasa inferior) \left[ \frac{VAN\ tasa\ inferior}{VAN\ Tasa\ infeiror - VAN\ Tasa\ superior} \right]$$

$$TIR = 14,35 + (119 - 14,35) \left[ \frac{1.013,701,83}{1.013,701,83 - (-1.595,78)} \right]$$

$$TIR = 119 * 0,998428264$$

$$TIR = 119$$

En conclusión el TIR es mayor que el costo de oportunidad, por tanto es factible el proyecto.

#### 5.8.4. Relación Beneficio-Costo

FURMULA:

$$\text{CostoBeneficio} = \frac{\sum FNA}{INVERSION} - 1$$

$$\text{CostoBeneficio} = ( 1.184.584,83 ) / 170.883,00 - 1$$

$$\text{Costo Beneficio} = 6,93 - 1$$

$$\text{Costo Beneficio} = 5,93$$

Por cada dólar invertido se recupera 5,93 USD

#### 5.8.5. Relación Ingresos-Egresos

**Cuadro 85** Relación Ingresos - Egresos

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO (14,19)	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
2014	578.540,93	360.001,39	1,14	505.952,67	314.832,81
2015	739.111,90	393.829,91	2,14	344.820,51	183.734,87
2016	984.525,37	437.774,08	2,31	426.659,49	189.716,25
2017	1.234.401,57	490.395,97	2,50	494.728,69	196.542,98
2018	1.602.431,20	564.574,07	2,71	591.388,36	208.359,98
<b>TOTAL</b>	<b>5.139.010,97</b>	<b>2.246.575,42</b>	<b>10,80</b>	<b>2.363.549,72</b>	<b>1.093.186,89</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

FORMULA:

$$\text{Ingresos} - \text{Egresos} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$



$$\text{Ingresos} - \text{Egresos} = \frac{2.363.549,72}{1.093.186,89}$$

$$\text{Ingresos} - \text{Egresos} = 2,16$$

Lo cual nos indica que por cada dólar invertido habrá un ingresos de 2,16

### 5.8.6. Punto de Equilibrio

**Cuadro 86** Punto de Equilibrio para Arreglos Pequeños

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS					
Ventas	1.343,52	6.516,85	19.823,24	41.795,84	76.718,12
<b>COSTOS FIJOS</b>					
GASTO ADMINISTRATIVO	761,65	3.036,44	7.443,63	13.926,15	23.622,20
GASTOS DE VENTAS	67,12	352,75	1.009,49	1.984,73	3.271,58
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>828,77</b>	<b>3.389,19</b>	<b>8.453,12</b>	<b>15.910,87</b>	<b>26.893,78</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
MATERIA PRIMA DIRECTA	3.410,67	13.852,41	33.702,17	59.840,01	91.266,27
MANO DE OBRA DIRECTA	411,90	1.770,03	4.196,52	7.266,32	10.606,56
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	7,49	29,51	68,32	115,53	164,68
MATERIA PRIMA INDIRECTA	382,84	1.453,37	3.247,03	5.307,19	7.325,53
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>4.212,90</b>	<b>17.105,32</b>	<b>41.214,04</b>	<b>72.529,05</b>	<b>109.363,04</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES</b>	<b>- 388,05</b>	<b>- 2.085,93</b>	<b>- 7.833,66</b>	<b>- 21.638,10</b>	<b>- 63.202,50</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD</b>	<b>- 86</b>	<b>- 443</b>	<b>- 1.595</b>	<b>- 4.226</b>	<b>- 11.836</b>

Fuente: Estudio de Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

**FORMULA:**

$$P.E. \$ = \frac{COSTOS FIJOS TOTALES}{1 - (COSTOS VARIABLES - VENTAS)}$$

$$P.E. \$ = \frac{828,77}{1 - (4.212,90 - 1.343,52)}$$

$$P.E. \$ = -388,05$$

$$P.E. un = \frac{P.E. \$}{PV un}$$

$$P.E. un = \frac{-388,05}{4,52}$$

$$P.E. un = -86$$

En base a la determinación del punto de equilibrio podemos manifestar que dentro de nuestros productos para la venta el arreglo floral pequeño no es factible aplicarlo.

#### **Cuadro 87** Punto de Equilibrio para Arreglos Medianos

<b>DETALLE</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
INGRESOS					
Ventas	<b>339.482,05</b>	<b>431.598,05</b>	<b>569.603,32</b>	<b>706.218,39</b>	<b>906.123,49</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
GASTO ADMINISTRATIVO	35.724,39	37.260,73	39.584,66	43.493,78	51.517,25
GASTOS DE VENTAS	3.148,29	4.328,71	5.368,40	6.198,64	7.134,93
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>38.872,68</b>	<b>41.589,44</b>	<b>44.953,06</b>	<b>49.692,43</b>	<b>58.652,18</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
MATERIA PRIMA DIRECTA	159.974,47	169.985,73	179.225,59	186.890,77	199.041,05
MANO DE OBRA DIRECTA	19.319,81	21.720,33	22.316,75	22.693,98	23.131,67
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	351,30	362,15	363,34	360,81	359,15

MATERIA PRIMA INDIRECTA	17.956,74	17.834,58	17.267,44	16.575,29	15.976,12
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>197.602,31</b>	<b>209.902,79</b>	<b>219.173,12</b>	<b>226.520,85</b>	<b>238.508,00</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES</b>	<b>93.012,41</b>	<b>80.966,64</b>	<b>73.068,52</b>	<b>73.157,99</b>	<b>79.605,88</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD</b>	<b>3.823</b>	<b>3.190</b>	<b>2.760</b>	<b>2.650</b>	<b>2.764</b>

Fuente: Estudio de Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

#### FORMULA:

$$P.E.\$ = \frac{COSTOS FIJOS TOTALES}{1 - (COSTOS VARIABLES - VENTAS)}$$

$$P.E.\$ = \frac{38.872,68}{1 - (197.602,31 - 339.482,05)}$$

$$P.E.\$ = 93.012,41$$

$$P.E.un = \frac{P.E.\$}{PV un}$$

$$P.E.un = \frac{93.012,41}{24,33}$$

$$P.E.un = 3.823$$

#### Cuadro 88 Punto de Equilibrio para Arreglos Grandes

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	237.994,14	301.676,15	396.387,00	488.681,88	623.349,46
<b>COSTOS FIJOS</b>					
GASTO ADMINISTRATIVO	15.253,53	15.876,41	16.804,35	18.378,97	21.664,18
GASTOS DE VENTAS	1.344,25	1.844,42	2.278,98	2.619,33	3.000,40
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>16.597,78</b>	<b>17.720,83</b>	<b>19.083,32</b>	<b>20.998,30</b>	<b>24.664,58</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
MATERIA PRIMA DIRECTA	68.305,59	72.429,16	76.084,24	78.973,57	83.701,30
MANO DE OBRA DIRECTA	8.249,13	9.254,81	9.473,83	9.589,69	9.727,40
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	150,00	154,31	154,24	152,47	151,03

MATERIA PRIMA INDIRECTA	7.667,14	7.599,13	7.330,31	7.004,14	6.718,32
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>84.371,85</b>	<b>89.437,41</b>	<b>93.042,64</b>	<b>95.719,87</b>	<b>100.298,05</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES</b>	<b>25.713,55</b>	<b>25.188,39</b>	<b>24.936,61</b>	<b>26.113,18</b>	<b>29.394,15</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD</b>	<b>643</b>	<b>604</b>	<b>573</b>	<b>576</b>	<b>621</b>

Fuente: Estudio de Financiero  
Elaborado por: Las Autoras

#### FORMULA:

$$P.E.\$ = \frac{COSTOS FIJOS TOTALES}{1 - (COSTOS VARIABLES - VENTAS)}$$

$$P.E.\$ = \frac{16.597,78}{1 - (84.371,85 - 237.994,14)}$$

$$P.E.\$ = 25.713,55$$

$$P.E.un = \frac{P.E.\$}{PV un}$$

$$P.E.un = \frac{25.713,55}{39,98}$$

$$P.E.un = 643$$

#### 5.8.7. Periodo de Recuperación de la Inversión

##### Cuadro 89 Período de Recuperación de la Inversión

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
1	108.729,69	108.729,69
2	159.348,33	268.078,02
3	228.684,81	496.762,83
4	276.475,08	773.237,91
5	411.346,93	1.184.584,84
<b>Total</b>	<b>1.184.584,83</b>	

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Las Autoras



**Cuadro 90** Cálculo Período de Recuperación de la Inversión

Inversión Total	170.883	
Suma de los 1 año	108.729,69	
	<b>62.153,31</b>	Se recupera en el segundo año
	108.729,69	
	0,39	
	4,7	Meses
	21	Días

La Inversión inicial que se realiza en la empresa se recupera en 1 año 2 meses y 12 días.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

#### **6.1. Aspecto Legal de la Empresa**

Para la creación de la empresa en la parroquia de San Antonio, se ha requerido una implementación y cumplimiento de los requisitos los cuales se realizan en el Municipio De Ibarra y Servicio De Rentas Internas.

6.1.1. Obtener Registro Único de Contribuyentes (RUC). Requisitos:

1. Original y copia de la cédula de identidad.
2. Original del último certificado de votación.
3. Original del documento que indique la dirección domiciliaria actual o donde se desarrolle la actividad económica (sea una planilla de agua, luz o teléfono).
4. El documento original de la calificación Artesanal, si es Artesano.

6.1.2. Permiso de Bomberos.

6.1.3. Cédula de identidad del Representante Legal de la Empresa.

6.1.4. Constitución de la Empresa o Empresa.

Mediante una escritura de constitución se legaliza el funcionamiento de la empresa y debe estar firmado por un notario.

Legalmente será reconocida por la Superintendencia de Compañías, se afiliara a la Cámara de Comercio de Ibarra para poder beneficiarse de todas la Leyes creadas a favor.

## 6.2. Organización de la Empresa

### 6.2.1. La Empresa

Dentro de las leyes de la Superintendencia de Compañías se distinguen 4 clases de compañías según la titularidad de propiedad de la Empresa: Compañía en Nombre Colectivo, Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones, Compañía de Responsabilidad Limitada y Compañía Anónima.

La empresa será creada bajo sociedad anónima con la aportación del capital por los socios que la conforman.



### **FLORES Y DISEÑOS S.A.**

El nombre establecido para la empresa FLORES Y DISEÑOS S.A fue diseñado con el objeto de informar directamente a los consumidores a cerca del producto que ofertamos de una manera que proporcione nuestro objetivo y finalidad.

### 6.2.2. Misión

La empresa **FLORES Y DISEÑOS S.A** tiene como misión brindar satisfacción a nuestros clientes y socios mediante la producción y comercialización de arreglos florales en base de cardo, manteniendo siempre un conjunto de procedimientos ordenados y cronológicos para tener un buen uso de los recursos disponibles.

### 6.2.3. Visión

Dentro de 5 años La empresa **FLORES Y DISEÑOS S.A** será una florícola altamente competitiva reconocida a nivel nacional y extranjero, la cual



estará dirigida a la producción, comercialización y exportación de flores de cardo de alta calidad.

#### **6.2.4. Política de Calidad**

Realizar servicios y proveer productos con calidad y también aplicarlos en cada uno de los procesos organizativos y productivos de la empresa con enfoque en las expectativas y necesidades de nuestros clientes aplicando las leyes vigentes; cumpliendo la norma ISO 9001:2008 y otras normas y reglamentos de organizaciones certificadoras y de nuestros fabricantes, con objetivo de mantener el proceso de mejora continua del Sistema de Gestión de Calidad.

#### **6.2.5. Objetivos Organizacionales**

- La empresa **FLORES Y DISEÑOS S.A** es símbolo de solidaridad e integración que se reflejan en las diferentes actividades que realiza para el desarrollo de su localidad.
- Dentro de la empresa **FLORES Y DISEÑOS S.A.** los propietarios generan confianza para con sus trabajadores posibilitando un buen clima laboral.
- Generalmente provee una muestra del producto al público externo que visita las instalaciones con el afán de conocer el proceso de producción florícola.
- Puesto que el uso de insumos orgánicos es indispensable para la producción florícola desde los orígenes de la empresa, se recolecta abono orgánico del sector para que sirva de materia prima en la producción florícola.
- Durante las festividades de fin de año se realizan juegos tradicionales de la zona, comidas típicas y socializan a través del baile.
- En la temporada navideña colabora con fundas de caramelos para la guardería para los hijos de los trabajadores.

- En navidad se realiza una misa de acción de gracias por los propietarios y trabajadores de la empresa con la presencia de todos, se les entrega una canastilla navideña y juguetes para sus hijos.

## **1. Objetivo General**

Producir cardos frescos, libres de plagas e insectos, es decir productos de calidad, a través de procedimientos tecnificados con el compromiso de preservar la naturaleza y el bienestar de nuestros trabajadores, que hacen que el producto sea cotizado en el mercado nacional e internacional generando recursos económicos para el crecimiento de la empresa.

## **2. Objetivos Específicos**

- Continuar con la producción florícola de manera orgánica para que el producto sea cotizado en el mercado como ventaja ante la competencia.
- Garantizar el cuidado del capital humano con adecuada implementación en todo el proceso de producción.
- Capacitar al personal constantemente para reducir errores en el trabajo, evitar el desperdicio de recursos, mala calidad del producto y altos costos de producción.
- Posicionar la imagen del producto en la mente del consumidor mediante el uso de medios de comunicación para dar a conocer el producto fuera de su localidad.
- Implementar un control financiero que permita registrar apropiadamente los resultados económicos reales y obligaciones tributarias con el Estado.
- Registrar el procedimiento para mejor control de la producción y evaluación constante del producto final y la adecuada utilización de nuestros fertilizantes orgánicos.

### **3. Objetivos Estratégicos**

- Potencializar la producción florícola optimizando el uso de insumos orgánicos para obtener cardo de alta calidad.
- Fortalecer la imagen institucional a nivel interno y externo mostrando unión, trabajo, responsabilidad social y ambiental.
- Ocupar un lugar reconocido dentro del mercado competente y las florícolas como una empresa referente en calidad de producción del mejor cardo del Ecuador.
- Satisfacer la demanda del mercado incrementando la producción con la extensión y creación de nuevos invernaderos.

#### **6.2.6. Valores Corporativos**

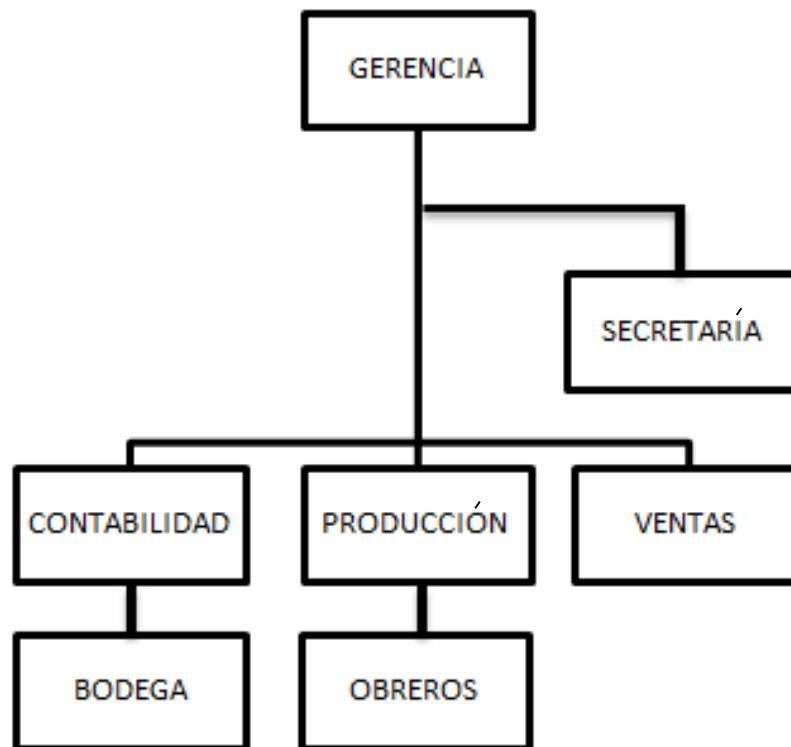
- Responsabilidad social y ambiental
- Integridad y respeto
- Comunicación
- Trabajo en equipo
- Compromiso
- Toma de decisión
- Liderazgo
- Excelencia en el servicio
- Honestidad

### **6.3. Organización Estructural**

El organigrama muestra un diagrama jerárquicamente estructurado de cómo está la empresa, el cual muestra la función, autoridad y comunicación de cada uno de los miembros que la conforman.

#### **6.3.1. Organigrama Estructural**

**Gráfico 15** Organigrama Estructural de “Flores y Diseños S. A.”



Elaborado por: Las Autoras

## 6.4. Orgánico Funcional

### 6.4.1. Funciones y Descripción del Puesto

#### 1. Gerente

##### Objetivo

Es el área de mayor jerarquía de la empresa y le corresponde la representación de la sociedad ante toda clase de autoridades, sean éstas políticas, administrativas, fiscales, municipales o judiciales, gozando de las facultades necesarias para ejercer esta representación.

## Funciones

- Representar legalmente a la empresa.
- Dar instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos a todos los empleados de la Empresa, coordinando y orientando los procesos, velando por el cumplimiento de los mismos.
- Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización del tiempo y en los recursos de cada área de la Empresa.
- Implementar todos los controles disciplinarios necesarios para el éxito en la consecución de los objetivos de la Empresa.
- Velar porque los miembros de la Organización actúen de acuerdo al logro de los objetivos trazados.
- Tomar decisiones con respecto a la evaluación del desempeño de sus subordinados, y con base en estas establecer ascensos, bonificaciones, incentivos y todo lo referente al bienestar de los empleados.
- Coordinar y establecer metas y estrategias del Área de Mercadeo.
- Constatar que el servicio para los dolientes, sus familias, personal externo y cliente interno sea de la mayor excelencia.
- Velar porque se cumplan las metas y estrategias establecidas por la Empresa.
- Debe buscar mecanismos de publicidad en la Empresa.
- Planifica y coordina campañas de promoción del producto en el mercado.
- Facilitar el desarrollo de un ambiente de trabajo agradable de colaboración mutua y responsabilidad.

## Perfil

- **Estudios Superiores:** Universitarios y/o Técnicos.
- **Títulos:** Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas.

- **Estudios Complementarios:** Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
- **Experiencia:** Que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares

## 2. Secretaria

### Objetivo

Es directamente responsable ante el Gerente General, por la correcta ejecución de los trabajos, por la excelente atención a las personas que ingresan a la oficina y las demás labores de su competencia.

### Funciones

- Elaboración de propuestas, licitaciones públicas y privadas, tramitación de pólizas.
- Mantener los archivos bajo custodia.
- Elaboración de los documentos ordenados por el Jefe Inmediato o por el Presidente.
- Atención en forma correcta y oportuna del teléfono y público que visita la oficina e informar al jefe inmediato sobre los mensajes recibidos.
- Conservar en forma correcta y actualizada, el archivo de los documentos de su dependencia.
- Mantener organizadas las existencias de útiles y materiales de consumo de Oficina y presentar oportunamente requisición de los mismos a su jefe inmediato.
- Enviar la correspondencia y documentos que se originan en la oficina a las distintas dependencias o a otras entidades y asegurarse de que lleguen a su destinatario.
- Redactar y elaborar la correspondencia que se requiere en su dependencia.

## Perfil

- **Estudios Superiores: Universitarios.**
- **Títulos:** Licenciada en secretariado ejecutivo profesional.
- **Estudios Complementarios:** Computación, administración, finanzas, contabilidad.
- **Experiencia:** Que tenga 1 año de experiencia como mínimo en cargos similares.

## 3. Contador

### Objetivo

Responder directamente por el manejo adecuado de toda la contabilidad de la Empresa y del personal de su dependencia.

### Funciones

- Debe elaborar, analizar, e interpretar y certificar los estados financieros de la entidad.
- Debe organizar y dirigir los servicios de contabilidad de la Empresa y del personal de su Área.
- Verificar el trabajo del Asistente.
- Elaboración de nóminas, liquidación de prestaciones sociales y aportes parafiscales.
- Debe colaborar con el auxiliar contable en el manejo de los soportes de contabilidad y en la precisión de la presentación de los documentos contables en general.
- Orientar a la dirección en los servicios financieros.
- Controlar todos los documentos contables que se originan de las transacciones diarias de la Empresa.
- Debe elaborar las declaraciones de Renta y Complementarios para presentar los respectivos informes tributarios.

- Debe especificar las normas contables a seguir en la Organización.
- Generar informes sobre la situación financiera y económica de la entidad.
- Apoyar y asesorar en la solución de problemas y necesidades en el área contable y todas las dependencias de la Empresa.
- Las demás inherentes al cargo que le sean asignadas.

### **Perfil**

- **Estudios Superiores:** Universitarios.
- **Títulos:** Ingeniería en Contabilidad y Auditoría.
- **Estudios Complementarios:** Computación, administración, finanzas, contabilidad, auditoria y tributación.
- **Experiencia:** Que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

## **4. Bodeguero**

### **Objetivo**

Responder por el adecuado manejo, almacenamiento y conservación de los elementos entregados bajo custodia y administración, así como el inventario del almacen según normas actuales, llevando el control del material, equipo y herramienta que se tiene en bodega.

### **Funciones**

- Recepción y almacenamiento de materiales y productos.
- Abastecimiento en las distintas áreas de las hectáreas.
- Manejo y control de inventarios.
- Elaboración de pedidos de materiales y productos
- Realizar el almacenamiento de materias primas, productos en proceso y de productos terminados.



- Mantener un control efectivo del inventario.
- Mantener un correcto almacenamiento de los materiales para evitar que se deterioren.
- Realizar un informe mensual del inventario existente en materias primas, productos en proceso, productos terminados de tal manera que refleje la situación de producción de la Empresa

### **Perfil**

- **Estudios Superiores:** Universitarios.
- **Estudios Complementarios:** Computación, administración, finanzas, contabilidad, ventas, comercialización y conocimientos en almacenamiento.
- **Experiencia:** Que tenga 1 año de experiencia como mínimo en cargos similares.

## **5. Jefe de Producción**

### **Objetivo**

Gestionar y liderar la realización de la producción, garantizando el cumplimiento de los estándares de seguridad, calidad, riesgos, costos, cumplimiento y respeto ambiental de acuerdo a legislación vigente.

### **Funciones**

- Supervisa las líneas de producción durante todo el proceso, realiza la atención a los proveedores
- Responsabilidad en el manejo de los recursos humanos y materiales de producción
- Planificar, supervisar y verificar la producción.
- Vigilar las operaciones que se desarrollen en el área de producción.
- Participar en las reuniones con voz informativa.

- Informar oportunamente al gerente sobre aspectos relacionados con la producción.
- Controlar la entrada y salida de equipos de trabajo, algún tipo de maquinaria, insumos y otros.
- Control del orden y limpieza del área de producción.
- Verificar la calidad del producto terminado.
- Controlar que cada proceso esté correctamente ejecutado.

### **Perfil**

- **Estudios Superiores:** Universitarios.
- **Títulos:** Agro industrias o carreras afines.
- **Estudios Complementarios:** Conocimientos en producción agrícola, conocimientos en sistemas de riego y conocimientos en sistemas de gestión de calidad.
- **Experiencia:** Que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

## **6. Obreros**

### **Objetivo**

Cumplir con responsabilidad las diferentes funciones a desempeñadas dentro de la empresa, compartiendo buenas relaciones laborales y buen ambiente de trabajo.

### **Funciones**

- Ayudar en el desarrollo de elaboración de los arreglos florales
- Trasladar los arreglos florales al departamento de ventas
- Realizar la limpieza del cardo
- Clasificar la materia prima
- Contar la materia prima

- Efectúa las tareas asignadas con esmero y dedicación.
- Mantiene los equipos de trabajo en perfecto estado.
- Elaboración de órdenes de requisición de materias primas y materiales de aseo.
- Entrega de productos terminados en el tiempo requerido y de la calidad deseada.
- Mantenimiento y aseo del área de producción.
- Aplicar eficientemente cada proceso establecido para la elaboración del cardo.
- Optimizar tiempos y costos en la producción
- Trabajar cumpliendo los estándares de calidad de cada uno de los procesos de producción.

### **Perfil**

- **Estudios no Especificados**
- **Estudios Complementarios:** Conocimientos en producción agrícola, conocimientos en sistemas de riego y manejo de maquinarias.
- **Experiencia:** Que tenga 1 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

### **7. Vendedor**

#### **Objetivo**

Su trabajo consiste básicamente en proporcionar asistencia promocional a los detallistas para que éstos incrementen sus volúmenes de compra del producto. Estos vendedores enfocan su atención en la promoción de ventas.

## Funciones

- Ventas directas en la planta del producto.
- Participar en la promoción, comercialización y contratación de servicios, productos y equipos que la empresa comercialice, proporcionando asesoría, información y asistencia sobre las funciones y uso de estos.
- Atender de manera integral las necesidades, problemática o quejas que tengan y/o presenten los clientes.
- Gestionar y soportar los procesos y realizar las labores administrativas que se deriven de la comercialización y contratación de servicios, productos y equipos, así como de la atención de servicio proporcionada a los clientes, coordinándose con otras áreas de la empresa cuando esto sea necesario.
- Realizar y participar en el levantamiento de todo tipo de encuestas que la empresa determine.
- Abrir nuevas plazas para el producto
- Dirección, Control y Mejoramiento del servicio al cliente con el fin de mantener la distribución y comercialización del producto elaborado.
- Excelente atención al cliente.

## Perfil

- **Estudios Superiores:** Universitarios.
- **Títulos:** Ingeniero Comercial, ingeniero en mercadotecnia, Ingeniero en Administración de Empresas.
- **Estudios Complementarios:** Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
- **Experiencia:** Que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

## CAPÍTULO VII

### 7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

El presente capítulo constituye un análisis detallado de aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos. De las variadas metodologías existentes para realizar análisis de impactos, se ha escogido la que más se adapta al proyecto, además tiene la ventaja de que operativamente es de fácil desarrollo y fundamentalmente es efectiva, real y de fácil interpretación.

#### Herramienta de Validación de Impactos Positivos y Negativos

La herramienta metodológica para validar los impactos positivos y negativos que posiblemente generará la empresa de producción de cardo y arreglos florales, tiene en común parámetros de validación que se representan en el siguiente cuadro:

**Cuadro 91** Valoración de Impactos

<b>Valoración Cualitativa</b>	<b>Valoración Cuantitativa</b>
Muy Alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy Bajo	1
Deficiente	0

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** La Autoras

## **7.1. Impacto Económico**

### **7.1.1. Rentabilidad del Proyecto**

Actualmente las florícolas tienen un creciente desarrollo económico, lo cual fomenta a un permanente crecimiento de las industrias gracias a que existe una considerable demanda insatisfecha ya que tendrá acogida de los pobladores de San Antonio convirtiéndole en un proyecto rentable.

### **7.1.2. Costos de Producción**

Los costos de producción demostrados en el estudio económico- financiero establece que los costos de producción son proporcionales a los ingresos.

### **7.1.3. Incentivo al Consumo**

El producto al ser el único en la zona será comercializado con calidad, precio adecuado y beneficios nutricionales. Los arreglos florales será únicamente elaborados en base de cardo de diferentes tipos y colores haciéndolo llamativo para su venta.

### **7.1.4. Ingresos de la Empresa**

El proyecto estará enfocado parcialmente en la publicidad por medios de comunicación radial y por medio de una página web para dar a conocer el producto y poder venderlo.

## Cuadro 92 Valoración De Indicadores

INDICADORES	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Rentabilidad del proyecto											X
Costos de producción									X		
Incentivo al consumo											X
Ingresos de la empresa										X	
<b>TOTAL</b>									<b>3</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

E= 18

$$\text{Impacto económico} = \frac{E}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{18}{4}$$

$$\text{Impacto económico} = 4,5$$

5 Impacto alto positivo

## 7.2. Impacto Social

### 7.2.1. Fuentes de Empleo

El proyecto beneficiara principalmente a la sociedad ya que mediante la creación de la empresa y arreglos florales se generara mayor empleo en casi todas las áreas con los respectivos salarios y beneficios sociales, lo que significa que disminuiría los índices delincuenciales y otros problemas sociales que afectan a la Parroquia y al País entero.

### 7.2.2. Cultura Empresarial de Producción y Comercialización

Los nuevos productos son indispensables para el crecimiento y hoy aún más ya que vivimos en un país que todavía tiene mucho por explotar y descubrir.

### 7.2.3. Contribuir al Desarrollo Socio-Económico de la Parroquia de San Antonio de Ibarra

El proyecto contribuirá a que las empresas de flores inviertan en esta producción y además mediante este producto nuevo la población apreciara lo nuestro y tendrá mayores esperanzas de vida y mayores oportunidades de negocios y de trabajo.

**Cuadro 93** Valoración De Indicadores

INDICADORES	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Fuentes de Empleo										x	
Cultura Empresarial de Producción y Comercialización									x		
Contribuir al Desarrollo Socio-Económico de la Parroquia									x		
<b>TOTAL</b>									<b>6</b>	<b>5</b>	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

$$E = 11$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{E}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{11}{3}$$

$$\text{Impacto económico} = 3,6$$



#### 4 Impacto medio positivo

#### **Análisis:**

El impacto que se generara en lo social es de un nivel de medio positivo lo que nos demuestra que existirán mayores fuentes de empleo y por ende garantiza estabilidad laboral para todos los trabajadores de la empresa, también se generara nuevas actividades económicas.

### **7.3. Impacto Ambiental**

#### **7.3.1. Conservación del Medio Ambiente**

La empresa busca constituir una empresa en las que se respete las ordenanzas municipales y del medio ambiente.

#### **7.3.2. Aprovechamiento de Recursos**

La empresa busca la utilización de recursos naturales como abonos orgánicos los cuales protegen el suelo y ayudan a mantener la humedad.

#### **Cuadro 94** Valoración De Indicadores

<b>INDICADORES</b>	<b>-5</b>	<b>-4</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Conservación del medio ambiente									x		
Aprovechamiento de recursos										x	
<b>TOTAL</b>									<b>3</b>	<b>4</b>	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Autoras

E= 7

$$\text{Impacto económico} = \frac{E}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{7}{2}$$

$$\text{Impacto económico} = 3,5$$

4 Impacto medio positivo

## 7.4. Impacto Cultural

### 7.4.1. Valores y pautas culturales

Las mismas que con la implantación del proyecto generan un enfoque de educación ya que se puede dar a conocer la importancia del capital humano dentro de la empresa como el elemento indispensable para la unidad productiva, este será medido por la determinación de costo/beneficio

### 7.4.2. Responsabilidad personal

Se refiere a la educación por medio de valores morales y derechos humanos para así poder realizar un trabajo en equipo el cual de resultados esperados del proyecto.

### Cuadro 95 Valoración De Indicadores

INDICADORES	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Valores y pautas culturales											x
Responsabilidad personal										x	
<b>TOTAL</b>										<b>4</b>	<b>5</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Las Autoras

$$E= 9$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{E}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{9}{4}$$

$$\text{Impacto económico} = 4,5$$

5 Impacto alto positivo

## **7.5. Empresarial**

### **7.5.1. Estrategias Innovadoras**

El desarrollo micro-empresarial de las pequeñas y medianas empresas ha brindado empleo, crecimiento y mediante esto emprendimientos nuevos.

### **7.5.2. Relaciones Comerciales**

Mediante este proyecto se lograran estrechas relaciones comerciales entre proveedores y clientes lo cual será de gran beneficio para las empresas ya que se lograra obtener mayores posibilidades de negocio.

### **7.5.3. Cultura Organizacional**

También se lograra tener una suma determinada de valores y normas que son compartidos por personas y grupos de una organización y que controlan la manera que interaccionan unos con otros y ellos con el entorno de la organización.

**Cuadro 96** Valoración De Indicadores

<b>INDICADORES</b>	<b>-5</b>	<b>-4</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Estrategias Innovadoras										x	
Relaciones Comerciales									x		
Cultura Organizacional								x			
<b>TOTAL</b>								<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

Fuente: Investigación de Campo  
 Elaborado por: Las Autoras

**E= 9**

$$\text{Impacto económico} = \frac{E}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{9}{3}$$

$$\text{Impacto económico} = 3$$

3 Impacto medio positivo

**Análisis:**

El impacto que se generara en el aspecto empresarial es medio positivo, lo que nos demuestra que las relaciones comerciales serán mejores y mediante ello se lograra abrir más mercados.

## 7.6. Impacto General del Proyecto

**Cuadro 97** Valoración de indicadores

INDICADORES	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Impacto Social										x	
Impacto Económico											X
Impacto Empresarial											X
Impacto Ambiental											x
Impacto Cultural										x	
<b>TOTAL</b>										<b>8</b>	<b>15</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

**E= 23**

$$\text{Impacto económico} = \frac{E}{\text{INDICADORES}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{23}{5}$$

$$\text{Impacto económico} = 4,6$$

5 Impacto medio positivo

### Análisis:

El Impacto en General es alto positivo, lo cual nos demuestra buenas expectativas de la implantación de este proyecto, ya que mediante la creación de la empresa se va a generar fuentes de empleo para la población de la Parroquia de San Antonio de Ibarra.

## CONCLUSIONES

- Respecto a las bases teóricas que se desarrolló se pudo detectar que mediante esos conceptos se aprovechó obteniendo un mejor conocimiento de cada uno de los puntos a tratar y esto se logró mediante consultas de libros, internet y aportes personales lo cual dio mayor profundidad al proyecto planteado.
- En el desarrollo del estudio de mercado se consiguió demostrar la oferta, demanda, demanda insatisfecha y precio, lo que nos sirvió de base para tener un mayor conocimiento de la situación actual del mercado respecto al producto planteado. El estudio realizado nos proporcionó información importante respecto a formas de comercialización, presentación del producto y medios de publicidad lo que permitirá desarrollar nuevas estrategias para el posicionamiento del producto y mediante esto lograr la satisfacción de los posibles clientes.
- Al momento de realizar el estudio técnico, se determinó que el lugar más adecuado para la venta de los arreglos florales es en el centro de la Parroquia de San Antonio de Ibarra, mientras que el lugar donde se producirá el cardo será a las afueras de la Parroquia ya que se necesita de una gran cantidad de extensión de tierras.
- Mediante el estudio económico y financiero se ha determinado que si es factible la creación de la Empresa de producción de cardo y elaboración de arreglos florales en la Parroquia de San Antonio de Ibarra, ya que genera rentabilidad.
- En la estructura orgánica y funcional se definió el aspecto legal de creación de la empresa, su misión, visión, principios, valores, actividades

administrativas, funciones y responsabilidades de cada uno de los trabajadores de la empresa.

- En el estudio de los impactos se analizó los posibles cambios que generara al momento de la implantación de la empresa en la Parroquia de San Antonio de Ibarra.

## RECOMENDACIONES

- Se debe manifestar que los diferentes conceptos ayudaran y servirán como base fundamental para cualquier disposición que se desee tomar más adelante dentro de la empresa.
- Para poder satisfacer la demanda y al cliente es necesario dar un servicio de calidad y aplicar estrategias que ayuden al crecimiento de la empresa ya que se cuenta con una competencia bastante alta en la Parroquia y en el Cantón Ibarra.
- Dentro de los espacios para la producción de cardo debe ser adecuado y con todo lo indispensable para poder obtener un producto de calidad en lo que se refiere al arriendo del local se debe decorar de la mejor manera para que el cliente se sienta a gusto y satisfecho de realizar su compra en ese lugar.
- En cuanto a la inversión inicial e inversión total del proyecto es un valor significativo, pero que mediante el tiempo se lograra recuperar, se puede recomendar que mediante la puesta en marcha del proyecto se lograra obtener beneficios corto tiempo y se generara empleo a varias personas de la población de la Parroquia de San Antonio de Ibarra.
- En una empresa se debe mantener establecido todos los parámetros de organización y funcionamiento ya que esto nos ayudara a un mejor desenvolvimiento dentro y fuera de la empresa.
- Se deberá establecer lineamientos para mejorar el control de los diferentes impactos que genera el proyecto y así mantener niveles positivos.



## **BIBLIOGRAFÍA**

MURCIA, Jairo (2009) "Proyectos: Formulación y Criterios De Evaluación"

MÚNERA, Alemán José Luis; ESCUDERO, Ana Isabel (2009) "Casos De Marketing Estratégico en las Operaciones"

ZAPATA, Pedro (2008) "Contabilidad General"

SARMIENTO, Rubén (2010) "Contabilidad de Costos"

BRAVO, Mercedes (2011) "Contabilidad General"

GUIZAR, Rafael (2012) Desarrollo Organización: Principios y Aplicaciones"

AMAT, Oriol (2010) "Análisis Integral De Empresas"

LOVELOCK, Christofer (2009) "Administración de Servicios: Estrategias para la Creación de Valor en el Nuevo Programa de Negocios"

CRUZ, Osaín (2007) "Control de Costos para Supervisores"

Diccionario de Marketing, de Cultural

American Marketing Asociation (A.M.A.)

## **LINKOGRAFÍA**

[www.wikiteka.com/apuntes/la-microempresa/](http://www.wikiteka.com/apuntes/la-microempresa/)

[www.mincomercio.gov.co/mipymes/publicaciones.php?id=21830](http://www.mincomercio.gov.co/mipymes/publicaciones.php?id=21830)

[www.conceptodefinicion.de/comercializacion/](http://www.conceptodefinicion.de/comercializacion/)

[www.wikipedia.org/wiki/Canal\\_de\\_distribuci%C3%B3n](http://www.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n)

[www.femica.org/diccionario/index2.php](http://www.femica.org/diccionario/index2.php)

[www.wikipedia.org/wiki/Ibarra\\_\(Ecuador\)](http://www.wikipedia.org/wiki/Ibarra_(Ecuador))

[www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/san-antonio-ibarra.php](http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/san-antonio-ibarra.php)

[www.botanical-online.com/Beneficios\\_de\\_cardo.htm](http://www.botanical-online.com/Beneficios_de_cardo.htm)

# ANEXOS

## ANEXO 1.

### COMISION SECTORIAL NRO. 19 “ ACTIVIDADES TIPO SERVICIOS” ESTRUCTURAS OCUPACIONALES Y PORCENTAJES DE INCREMENTO PARA LA REMUNERACION MINIMA SECTORIAL

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MINIMO SECTORIAL 2013
GERENTE / AFINES	A1		1918200000101	334,86
ADMINISTRADOR DE LOCALES / ESTABLECIMIENTOS	B1		1910000000003	333,17
ADMINISTRADOR DE CAMPO	B1	Incluye: Mayordomo, Capataz	1910000000004	333,17
ADMINISTRADOR GERENCIAL	B1		1910000000005	333,17
SUBGERENTE / AFINES	B1		1910000000006	333,17
SUPERINTENDENTE / AFINES	B1		1910000000007	333,17
JEFE / AFINES	B2		1920000000008	331,49
SUPERVISOR / AFINES	B2	Incluye: Monitoreador	1920000000009	331,49
DIRECTOR / AFINES	B2		1920000000010	331,49
COORDINADOR / AFINES	B3		1930000000011	329,80
CONTADOR / CONTADOR GENERAL	C1		1910000000012	328,12
ANALISTA / AFINES	C1		1910000000013	328,12
ASESOR - AGENTE /AFINES	C1		1910000000014	328,12
TESORERO	C1		1910000000015	328,12
INSTRUCTOR / CAPACITADOR	C2		1920000000016	326,43
RELACIONADOR PÚBLICO	C2		1920000000017	326,43
LIQUIDADOR	C2		1920000000018	326,43
CAJERO NO FINANCIERO	C3		1930000000019	324,74
VENDEDOR / A	C3	Incluye: Empleado de Mostrador, Prevendedor	1930000000020	324,74
EJECUTIVO / AFINES	C3		1930000000021	324,74
DIGITADOR	D1		1910000000022	323,06
OPERADOR DE BODEGA	D1	Incluye: Almacenista	1910000000023	323,06
SECRETARIA / OFICINISTA	D1		1910000000024	323,06
RECEPCIONISTA / ANFITRIONA	D1		1910000000025	323,06
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE CONTABILIDAD	D1		1910000000026	323,06
COBRADOR / RECAUDADOR / FACTURADOR / ENCUESTADOR	D1		1910000000027	323,06
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR ADMINISTRATIVO	D1	Incluye: Archivador	1910000000028	323,06
ASISTENTE DE COBRANZAS QUE NO LABORAN EN INSTITUCIONES FINANCIERAS	D1	Incluye: Recaudador	1910000000029	323,06
BIBLIOTECARIO	D1		1910000000030	323,06
INSPECTOR / AFINES	D2	Incluye: Lectores	1920000000031	321,37
IMPULSADOR / A	D2	Incluye: Promotor, Demostrador	1920000000032	321,37
COCINERO QUE NO LABORA EN EL SECTOR DE TURISMO Y ALIMENTACIÓN	D2		1920000000033	321,37

MENSAJERO / REPARTIDOR	E1		1910000000034	320,39
GESTOR DE DOCUMENTACIÓN	E1		1910000000035	320,39
CONSERJE / PORTERO	E1		1910000000036	320,39
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE BODEGA	E1	Incluye: Kardista	1910000000037	320,39
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE LIMPIEZA	E1		1910000000038	320,39
EMPACADOR / CARGADOR	E2	Incluye: Encartonador, Etiquetador, Embalador	1920000000039	318,00
DESPACHADOR / PERCHERO	E2	Incluye: Recibidor	1920000000040	318,00
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	E2	Incluye: Personal de Servicios, Polifuncional	1920000000041	318,00

## ANEXO 2

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE IABRRA

#### ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

La presente encuesta permitirá recabar información sobre la cultura de compra de arreglos florales en la Parroquia de San Antonio de Ibarra.

Sírvase contestar el siguiente cuestionario.

Marque con una X su respuesta

Fecha: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Parroquia:.....Barrio:.....

1. ¿Ha comprado arreglos florales de cardo?

Si

No

2. ¿Usted compra arreglos florales por?

Adornos  Fechas importantes  Otras situaciones

3. ¿Dónde compra los arreglos florales?

Mercado  Floristería  Otros

4. ¿Con qué frecuencia compra arreglos florales?

Todos los días  Cada semana  Cada 15 días  Cada mes

Nunca

5. ¿Cuál cree usted que es la característica más importante del arreglo floral con cardo?

Imagen

Precio

Cantidad

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo floral?

De 4 a 13 dólares  De 14 a 23 dólares  De 24 a 33 dólares

De 34 dólares en adelante

7. ¿Ha encontrado usted variedad en la forma de presentación de los arreglos florales?

Si

No

8. ¿Cómo le gustaría comprar los arreglos florales?

Directamente  A domicilio  Otros

¡Gracias por su colaboración!

## ANEXO 3

**PROFORMA**  
**SUC AGRIPAC IBARRA CENTRO 052**  
**Dirección: Av Fray Vacas Galindo y Av Mariano**  
**Teléfono: 02604548 0993861862**

**Fecha:** 16/07/2013  
**Lugar:** Ibarra  
**Cliente:** Violeta Lechon  
**Realizado:** Ing Alex Jaramillo

PRODUCTO	CANTIDAD	P.V.P	PRECIO ESPECIAL	TOTAL
NITRATO DE A,OMIO	5	28	27.14	135.7
BIOABOR 40 KG	150	10.3	9.3	1395
MURIATO DE K	5	33.1	32.51	162.55
METALOSATE B	1LT	23.05	23.05	23.05
URFOS P SOLUBLE	45 KG	45.63	43.35	43.35
NITRATO DE Ca	25 kg	18.16	18.16	18.16
NITRATO DE Mg	25 kg	23.16	22.65	22.65
BOMBA CP3 20 lt	UND	110	110	110
			<b>VALOR TOTAL</b>	<b>1900.46</b>

*Forma de pago: Contado*  
*Proforma Valida por 8 días.*





**ANEXO 4**

FERRETERIA SAN ANDRES Cia.Ltda.  
 RUC 1091708260001  
 AV. PEREZ GUERRERO 9-131 Y AV. MARI  
 TELEFONO. 062 802-842  
 IBARRA - ECUADOR

Proforma: 0000000168

Cliente : MARIA VALLEJO  
 Direccion: SAN ANTONIO

Fecha : 2013/07/16  
 Cedula/RUC : 1003693973  
 Telefonos : 0999258794

Codigo	Barras	Descripcion	UN.	Canti.	P.Venta	Descuento	Total
1001200008		ALAMBRE GALVAN. 3.45 # 10 RL * 617 Mts	RL	1.00	101.590	.00	101.590 *
0201120005		ASPERSOR PLASTICO PRETUL 1/2" DOS VIAS	UN	20.00	3.125	.00	62.500 *
0201121212		PALANCON AGUILA AZUL PUNTONA - CUADRADA	UN	2.00	8.035	.00	16.071 *
0201121216		PALA AGRICOLA HANSA # 2 PULIDA	UN	6.00	6.919	.00	41.517 *
0201121222		PICO BELLOTA 0 PULIDO	UN	3.00	11.000	.00	33.000 *
0201120473		CABO PARA ZAPAPICO	UN	3.00	1.562	.00	4.687 *
0201121248		RASTRILLOS FANASTIL C/CABO 14 DIENTES	UN	3.00	3.750	.00	11.250 *
0201121475		SERRUCHO STANLEY 22" LUCTADOR 15-472	UN	1.00	6.250	.00	6.250 *
0201121102		MARTILLO MANGO TUBULAR 27 mm TRUPER	UN	1.00	8.705	.00	8.705 *
01010040		CLAVO CC 2 1/2"	LB	5.00	.758	.00	3.794 *
1101210855		TUBO PVC RIVAL PREMILN 75mm DESAGUE SAN	UN	60.00	3.035	.00	182.136 *
0201120481		CARRETILLA SIDER TOMATE REFORZADA	UN	2.00	58.035	.00	116.071 *
0201120051		ALICATE PRETUL 8" MANGO NEGRO	UN	6.00	3.794	.00	22.767 *
4901491503		PLASTICO NEGRO CONTRAPISO 2 MTS 1.78KG	MT	10.000.00	1.785	.00	17.856.000 *
0201121415		PODADORA TIPO FELCO 2" MANGO ROJO	UN	6.00	7.142	.00	42.857 *
0201121080		MACHETE AGUILA AZUL 24" C/TOMAT	UN	2.00	4.464	.00	8.928 *
0701170260		123 CAUCHO INDUSTRIAL GALON BLANCO	CL	1.00	4.464	.00	4.464 *
0201120311		BROCHA MULTILISO WILSON 1"	UN	2.00	1.339	.00	2.678 *
4901492210		VARILLA DE HIERRO 8 MM CORRUGADA * 8	UN	8.00	4.732	.00	37.856 *
4901492211		VARILLA DE HIERRO 10 MM CORRUGADA * 6	UN	6.00	7.392	.00	44.357 *
4901492212		VARILLA DE HIERRO 12 MM CORRUGADA * 4	UN	4.00	10.401	.00	41.607 *
0201120697		ESCABADORA - BENSSON C/CABO ROJA	UN	1.00	17.812	.00	17.812 *

ASPERSOR  
  
 Autorizado por:

Cliente: \_\_\_\_\_

TOTAL IMPONIBLE (*)	18,622.45
+ TOTAL NO IMPONIBLE	44.25
- DESCUENTOS	.00
+ I. V. A.	2,234.72
+ OTROS CARGOS	.00
TOTAL PROFORMA	20,901.62

SON: VEINTE MIL NOVECIENTOS UN . 62/100

**FERRETERIA "SAN ANDRES"  
 Y ASOCIADOS CIA. LTDA.  
 RUC: 1091708260001  
 Tel: 062 842 Ibarra - Ecuador.**

**ANEXO 5**

**FICHA DE OBSERVACION**

<b>LOCALIDAD</b>		<b>FICHA N°</b>		
<b>OBSERVADORES</b>		<b>FECHA</b>	<b>HORA INICIO</b>	<b>HORA FINAL</b>
<b>LUGAR VISITADO:</b>				
<b>OBJETIVO:</b>				
<b>ESPECIE OBSERVADA</b>				

## **ANEXO 6**

### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

#### **ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FLORISTERIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA**

##### **ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

Objetivo: identificar el mercado actual frente a las diferentes variables que determinan el consumo de flores.

1. ¿Cuáles son los precios de los Arreglos florales?
2. ¿Qué tipo de flor se vende en mayor cantidad?
3. ¿Cuál es su competencia más fuerte en la ciudad de Ibarra?
4. ¿Con qué tipo de material trabajan en los arreglos florales?
5. ¿En qué mes el volumen de ventas sube?
6. ¿Cuál es el horario de atención? ¿Qué días atiende la floristería?
7. ¿Qué hacen con las flores en mal estado?
8. ¿En qué época del año se vende más?
9. ¿Cuántas variedades de flores presenta?
10. ¿Cómo es el cuidado?