UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERO E INGENIERAS COMERCIALES

TEMA:
PROYECTO ASOCIATIVO PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL FOLLAJE ORNAMENTAL (RUSCUS HYPOPHYLLUM) DE LAS PARROQUIAS DE GUAYLLABAMBA, YARUQUÍ Y CHECA HACIA EL MEJORAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN LAS FLORÍCOLAS DEL SECTOR DE CAYAMBE

AUTORES:
RUTH MARIBEL CAMPAÑA MACHUCA
MAURICIO JAVIER TUTILLO YÁNEZ
LINDA LORENA VERJAN TRUJILLO

DIRECTOR:

SANTIAGO RAMÓN VALLADARES VÁSQUEZ

Quito, noviembre del 2014

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, noviembre de 2014

_____
Ruth Maribel Campaña Machuca
C.I. 1717095168

_____
Mauricio Javier Tutillo Yánez
C.I. 1719662130

_____
Linda Lorena Verjan Trujillo
C.I. 1110500791

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de grado a Dios, a mis Padres Milton Campaña y Narcisa Machuca, al pilar de mi vida mi esposo José Luis y a mi pequeña hija Fiorella, que con su inocencia y ternura me ha impulsado a seguir adelante en esta meta.
Ruth Campaña Machuca.

El siguiente trabajo dedico a Dios, por haberme dado la fuerza necesaria para salir adelante, a mis padres y familia por el apoyo incondicional, a Alexandra por estar en los duros momentos. Por último a Ruth y Linda ya que sin ellas no hubiera sido posible este logro importante en mi vida.
Mauricio Tutillo Yánez.

A Dios, mi mamá, hermano, Julio, a toda mi familia y amigos que estoy segura disfrutarán de este triunfo al igual que yo.
Linda Verjan Trujillo.

AGRADECIMIENTO

Queremos dar un especial agradecimiento al Ingeniero Santiago Valladares, director de este trabajo de titulación por la orientación, seguimiento y supervisión continua, por brindarnos una guía de trabajo y encaminarnos en el proceso de investigación porque gracias a su constante asesoramiento y la confianza que depositó en nosotros se hizo posible la correcta elaboración del trabajo.

Agradecemos a la Universidad Politécnica Salesiana, institución que nos formó como profesionales humanísticos cumpliendo con su misión de ser honrados ciudadanos y buenos cristianos y a quienes directa o indirectamente participaron en el desarrollo de este trabajo con la lectura, opiniones y correcciones que fueron pertinentes.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO 1 4
GENERALIDADES 4
1.1 Antecedentes 4
1.2 Justificación 5
1.3 Objetivos 7
1.3.1 Objetivo general 7
1.3.2 Objetivos específicos 7
1.4 Metodología 8
1.4.1 Tipo de estudio 8
1.4.1.1 De campo 8
1.4.1.2 Bibliográfica 8
1.4.2 Método de investigación 9
1.4.2.1 Exploratoria 9
1.4.2.2 Descriptiva 9
1.4.2.3 Asociación de variables 9
1.4.3 Técnica para la recolección de información 10
1.4.3.1 Entrevista y encuesta 10
1.4.4 Tratamiento de la información 10
1.4.4.1 Presentación de datos 10
1.4.4.2 Depuración de información 11
1.4.4.3 Análisis e interpretación de datos 11
CAPÍTULO 2 12
ESTUDIO DE MERCADO 12
2.1 Ruscus Hypophyllum 12
2.1.1 Características del Ruscus Hypophyllum 12
2.1.2 Requerimientos 13
2.1 Determinación del mercado objetivo 15
2.1.1 Segmentación de mercado 15
2.1.1.1 Variable psicográfica: 16
2.1.1.2 Variable geográfica: 16

2.1.2 Determinación del tamaño de la muestra 19
2.2 Investigación de mercado 20
2.2.1 Determinación de las necesidades de la información 20
2.2.2 Diseño del plan de investigación y formato de encuesta 21
2.2.3 Tabulación y análisis de los datos 22
2.3 Determinación de la demanda del mercado objetivo 35
2.3.1 Demanda actual 35
2.3.2 Proyección de la demanda 37
2.4 Análisis de la oferta 39
2.4.1 Identificación del tipo de oferta 39
2.4.2 Cuantificación de la oferta total existente 39
2.4.3 Principales productores 43
2.4.4 Capacidad instalada de la asociación 45
2.5 Demanda insatisfecha 46
2.6 Análisis de precios 48
2.6.1 Determinación del precio de mercado 48
2.6.2 Margen de utilidad 50
2.7 Marketing mix 50
2.7.1 Productos sustitutos 50
2.7.2 Poder negociador de los proveedores 51
2.7.3 Análisis FODA 51
2.7.3.1 Matriz de evaluación de los factores externos (EFE) 53
2.7.3.2 Matriz de evaluación de los factores internos (EFI) 55
2.7.4 Estrategias de producto 56
2.7.4.1 Presentación y empaque 57
2.7.4.2 Marca 58
2.7.4.3 Isotipo y logotipo 58
2.7.5 Estrategias de precio 59
2.7.6 Estrategias de promoción 59
2.7.7 Estrategias de plaza 60
CAPÍTULO 3 61
ESTUDIO TÉCNICO 61
3.1 Localización 61

3.1.1 Macrolocalización 61
3.1.1.2 Factores de localización 63
3.1.2 Microlocalización 63
3.1.2.1 Croquis de localización 64
3.2 Tamaño de la producción 65
3.2.1 Distribución de la planta 65
3.3 Proceso productivo 66
3.3.1 Flujo del proceso de empaque y distribución del producto 66
3.3.2 Cadena de valor 70
3.4 Ingeniería del proyecto 71
3.4.1 Descripción de la planta 71
3.4.2 Maquinaria y equipo 73
3.4.3 Costo e inversión del proyecto 74
3.4.4 Impacto ambiental 76
CAPÍTULO 4 79
ANÁLISIS LEGAL Y ORGANIZACIONAL 79
4.1 Aspectos legales 79
4.1.1 Marco legal interno del proyecto 79
4.1.2 Permisos de funcionamiento 85
4.1.2.1 Registro único de contribuyente RUC 85
4.1.2.2 Permiso de funcionamiento bomberos 87
4.1.2.3 Permiso de funcionamiento (LUAE) 87
4.1.2.4 Patente municipal 88
4.1.2.5 Certificado fitosanitario otorgado por Agrocalidad 88
4.1.3 Gastos de constitución 90
4.2 La empresa “Asociación Agrícola Greens Ecuador” 90
4.2.1 Misión 90
4.2.2 Visión 91
4.2.3 Valores organizacionales 91
4.2.4 Principios 91
4.2.5 Objetivos de la asociación 92
4.2.6 Organigrama estructural 93
4.2.7 Organigrama funcional 94

4.2.8 Manual de funciones 95
4.3 Costos y gastos 98
4.3.1 Mano de obra 98
4.3.1.1Mano de obra directa 98
4.3.1.2 Gasto de personal administrativo y ventas 99
4.3.2 Sueldos y salarios proyectados 100
4.3.3 Materia prima 101
4.3.4 Costos indirectos de fabricación 103
4.3.5 Gastos de constitución y publicidad 104
4.3.6 Depreciaciones 104
CAPÍTULO 5 106
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO 106
5.1 Inversiones totales 106
5.1.1 Capital de trabajo 108
5.1.2 Inversión inicial 109
5.2 Financiamiento 109
5.2.1 Financiamiento del proyecto 110
5.3 Estructura de costos 111
5.3.1 Estructura de costos proyectados 111
5.3.2 Determinación del punto de equilibrio 114
5.3.2.1 Costo unitario 114
5.3.2.2 Precio de venta 114
5.3.3 Punto de equilibrio 117
5.3.3.1 Punto de equilibrio para los tallos de 40 cm 117
5.3.3.2 Punto de equilibrio para los tallos de 50 cm 119
5.3.3.3 Punto de equilibrio para los tallos de 60 cm 121
5.4 Estados financieros 122
5.4.1 Estado de costos de producción 122
5.4.2 Estado de pérdidas y ganancias 124
5.4.3 Balance general proyectado 127
5.4.4 Flujo de caja proyectado 128
5.4.4.1 Flujo de caja sin financiamiento 128
5.4.4.2 Flujo de caja con financiamiento 130

CAPÍTULO 6 131
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO 131
6.1 Criterios a evaluar 131
6.1.1 Costo promedio ponderado de capital (TMAR) 131
6.1.1.1 Costo promedio ponderado de capital (TMAR) con financiamiento 132
6.1.1.2 Costo promedio ponderado de capital (TMAR) sin financiamiento 133
6.1.2 Valor actual neto 134
6.1.2.1 Valor actual neto con financiamiento 134
6.1.2.2 Valor actual neto sin financiamiento 135
6.1.3 Tasa interna de retorno (TIR) 136
6.1.3.2 Tasa interna de retorno (TIR) sin financiamiento 137
6.1.3.1 Tasa interna de retorno (TIR) con financiamiento 138
6.1.4 Relación beneficio/costo 139
6.1.5 Periodo real de recuperación del capital o Payback 140
CONCLUSIONES 141
RECOMENDACIONES 142
LISTA DE REFERENCIAS 143
ANEXOS 145

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de empresas florícolas en el país 16
Tabla 2. Mercado objetivo 17
Tabla 3. Consumo per-cápita (Cpc) 36
Tabla 4. Demanda actual promedio por florícola 36
Tabla 5. Proyección de la demanda 38
Tabla 6. Oferta actual 40
Tabla 7. Oferta actual existente en Cayambe 41
Tabla 8. Oferta proyectada 42
Tabla 9. Productores de Ruscus 43
Tabla 10. Capacidad instalada actual de la asociación Greens Ecuador 46
Tabla 11. Demanda insatisfecha 47
Tabla 12. Demanda cautiva 47
Tabla 13. Precio de venta por tallo de Ruscus 49
Tabla 14. Calificación matriz EFE 53
Tabla 15. Matriz EFE 54
Tabla 16. Matriz EFI 55
Tabla 17. Calificación matriz EFI 56
Tabla 18. Matriz cualitativa por puntos 62
Tabla 19. Matriz cualitativa por puntos 64
Tabla 20. Capacidad de producción 65
Tabla 21. Maquinaria y equipo 74
Tabla 22. Lista de proveedores 74
Tabla 23. Materiales e insumos 75
Tabla 24. Equipo de computación 75
Tabla 25. Muebles y enseres 75
Tabla 26. Gastos de constitución 90
Tabla 27. Perfil del cargo administrador - vendedor 95
Tabla 28. Perfil del cargo obrero 97
Tabla 29. Mano de obra directa requerida 99
Tabla 30. Salario personal administrativo 100
Tabla 31. Salarios del personal proyectado 100

Tabla 32. Sueldo del personal proyectado 101
Tabla 33. Materia prima directa 101
Tabla 34. Insumos indirectos 102
Tabla 35. Presupuesto de materiales indirectos y materia prima directa 102
Tabla 36. Costos indirectos de fabricación 103
Tabla 37. Gasto de constitución y de publicidad 104
Tabla 38. Depreciaciones 105
Tabla 39. Presupuesto de inversión Greens Ecuador 106
Tabla 40. Capital de trabajo Greens Ecuador 108
Tabla 41. Inversión inicial de la asociación Greens Ecuador 109
Tabla 42. Financiamiento 109
Tabla 43. Tasa activa 110
Tabla 44. Amortización del financiamiento de Greens Ecuador 111
Tabla 45. Estructura de costos 112
Tabla 46. Costo unitario por tallos de Ruscus 114
Tabla 47. Incremento inflacionario últimos 5 años 115
Tabla 48. Precio de venta por tallos de Ruscus 115
Tabla 49. Proyección de venta Ruscus 116
Tabla 50. Rubros punto de equilibrio 40 cm 117
Tabla 51. Punto de equilibrio tallos 40 cm 118
Tabla 52. Rubros punto de equilibrio 50 cm 119
Tabla 53. Punto de equilibrio tallos 50 cm 120
Tabla 54. Rubros punto de equilibrio 60 cm 121
Tabla 55. Punto de equilibrio tallos 60 cm 121
Tabla 56. Estado de costos de producción de Greens Ecuador 123
Tabla 57. Estado de pérdidas y ganancias 124
Tabla 58. Balance general proyectado 127
Tabla 59. Flujo de caja sin financiamiento 129
Tabla 60. Flujo de caja con financiamiento 130
Tabla 61. TMAR con financiamiento 132
Tabla 62. TMAR sin financiamiento 133
Tabla 63. Valor actual neto con financiamiento 134
Tabla 64. Valor actual neto sin financiamiento 135

Tabla 65. Tasa interna de retorno sin financiamiento 137
Tabla 66. Tasa interna de retorno con financiamiento 138
Tabla 67. Relación beneficio/costo 139
Tabla 68. Periodo real de recuperación 140

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.Brotación de la planta. 13
Figura 2. Mercado objetivo 18
Figura 3. Sectores de aplicación de encuesta 24
Figura 4. Compra de Ruscus 25
Figura 5. Proveedores 26
Figura 6.Cumple las cantidades requeridas la producción nacional 27
Figura 7. Compraría Ruscus a la Asociación 28
Figura 8. Clases de intermediarios 29
Figura 9. Frecuencia de consumo 30
Figura 10. Preferencia en largo de tallos 31
Figura 11. Consumo semanal 32
Figura 12. Precio 33
Figura 13. Entrega del producto 34
Figura 14. Demanda proyectada 38
Figura 15. Proyección de la oferta 42
Figura 16. Participación del mercado 44
Figura17. Análisis de precios 49
Figura 18. Presentación del producto 57
Figura 19. Empaque 57
Figura 20. Isotipo y logotipo 58
Figura 21. Distribución directa 60
Figura 22. Croquis de macrolocalización 62
Figura 23.Microlocalización 64
Figura 24. Simbología del diagrama de flujo 68
Figura 25. Flujograma de procesos 69
Figura 26. Cadena de valor 70
Figura 27. Descripción de la planta 72
Figura 28. Equipo requerido 73
Figura 29. Matriz de Leopold. 78
Figura 30. Organigrama estructural 93
Figura 31. Organigrama funcional 94

Figura 32. Punto de equilibrio tallos 40 cm 119
Figura 33. Punto de equilibrio tallos 50 cm 120
Figura 34. Punto de equilibrio tallos 60 cm 122

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Carta de auspicio 145
Anexo 2. Encuesta aplicada 146
Anexo 3. Encuesta piloto 148
Anexo 4. Constitución de la asociación 150
Anexo 5. Acta de constitutiva de la asociación..... 151
Anexo 6. Tramites SRI – formulario RUC01-A 154
Anexo 7. Lista de chequeo de Agrocalidad 155
Anexo 8. Proformas de gastos de constitución 156
Anexo 9. Visita a productoras de Ruscus 158

RESUMEN

La producción, comercialización y exportación florícola Ecuatoriana es la actividad exportable de mayor dinamismo y repunte en los últimos años, en lo que se destaca la exportación de Bouquets, los mismos que son elaborados y adornados con follaje verde, línea florícola que no ha sido al 100% explotada, razón por la cual el presente trabajo busca la alianza estrategia de los pequeños productores del follaje ornamental (Ruscus Hypophyllum) de las parroquias de Guayllabamba, Yaruquí y Checa, ya que, al momento se conoce de la producción y comercialización interna de estas fincas, de forma empírica-artesanal y con poca organización, con el objetivo de buscar un bien común para los involucrados obteniendo reducción de gastos al trabajar con una producción en serie y precios estandarizados con la creación de una asociación, con un mercado potencial de las florícolas en Cayambe que demandan 3.312.000 tallos anuales.

La inversión inicial del proyecto será de $ 25.434,80la misma que recuperaremos en menos de 4 años. El precio de venta varía de acuerdo al tamaño del tallo desde los 0.10ctvs a los 0.18ctvs y se comercializara en bonches o ramos de 20 unidades, valores competitivos en el mercado y adjuntados a las exigencias del consumidor.

Este negocio resulta muy interesante para los asociados ya que los resultados obtenidos a través de las herramientas de evaluación reflejan viable el proyecto y da luz verde a la ejecución de la asociación.

ABSTRACT

The production, marketing and exporting Ecuadorian floriculture is the most dynamic exportable activity and rise in the last years, as export Gaps stands, they are made and decorated with green foliage, floriculture line that has not been the 100% exploited, which is why this proyect seeks the strategy of small producers of ornamental foliage (Ruscus Hypophyllum) parish of Guayllabamba, Yaruquí and Checa alliance because, at the time known production and domestic marketing of these farms, empirically-traditional way and with little organization, with the aim of seeking a common good for getting involved reducing costs by working with a series production and standardized prices by creating a partnership with a potential market floriculture in Cayambe demanding 3.312 million stems per year.

The initial investment of the project is $ 25.434,80 to recover it in less than 4 years. The selling price varies according to the size of the stem from the 0.10ctvs 0.18ctvs bonches and marketed in 20 units or branches, competitive and market values attached to consumer demands.

This is very interesting for business partners and the results obtained dare assessment tools reflect the project viable and gives the green light to the implementation of the association.

INTRODUCCIÓN

En varios mercados, el Ruscus está ganando terreno a cultivos de flor de relleno tradicionales como la palma, el helecho, el baby blue, entre otras; al ser una planta de fácil cultivo y manejo, convirtiéndose en un producto rentable. El Ruscus es cada vez más escogido como planta de relleno en arreglos florales por su llamativo color, gran duración y bajo costo. Es producido con fines comerciales en Estados Unidos, Costa Rica e Israel en su gran mayoría, donde junto con numerosas variedades de Asparagus y helecho cuero son los más populares como follajes para decoración en bouquets.

El problema que presentan las florícolas bouqueteras es que no encuentran la suficiente cantidad de Ruscus en el mercado nacional para los pedidos realizados por los grandes clientes finales que en su gran mayoría son americanos y se manejan a través de comercializadoras, quienes ponen las ordenes de bouquets y deben encargarse de entregar a las florícolas los follajes para su elaboración, situación que se presenta como consecuencia de la escasa oferta en el mercado del producto y las fincas no se arriesgan a no encontrar este verde e incumplir con las ordenes.

Además al ser este producto una nueva tendencia en el arte floral moderno, las fincas exigen a los productores una mayor calidad y uniformidad del producto, pero al ser microplantaciones las que se dedican al cultivo del Ruscus las condiciones técnicas que manejan en la producción no cumplen con los estándares adecuados, porque llegan a ser muy domésticas generando que no puedan producir a escala y que siempre tengan faltantes en la producción.

Entre los problemas que se presentan actualmente en las microplantaciones de Ruscus es que la agencia ecuatoriana de aseguramiento de calidad del Agro – Agrocalidad, les está exigiendo tener las certificaciones que aseguren que este producto no tenga plagas ni enfermedades, pero para cumplir con esta certificación se necesita tener una plantación ordenada, con procesos administrativos y técnicos establecidos, requisitos que no se cumplen al ser personas que no se dedican

exclusivamente a esta actividad sino que la ven como una posibilidad de tener un ingreso extra.

La investigación correspondiente al presente trabajo tiene un carácter interdisciplinario, el estudio se divide en seis capítulos a través de los cuales se plasman los datos que servirán para la toma de decisiones en la posible puesta en marcha del proyecto.

El primer capítulo trata acerca de los antecedentes del cultivo de Ruscus en el país y la experiencia adquirida por los productores de este verde, la justificación, objetivos y metodología que será aplicada en el desarrollo del proyecto.

El segundo capítulo en la primera parte expone las características y requerimientos necesarios para la producción de Ruscus, seguido por el estudio de mercado que está integrado por el análisis de la demanda y la oferta, el análisis de los precios, y la presentación de las estrategias del marketing mix, datos obtenidos a través de información primaria y secundaria.

El tercer capítulo se relaciona al estudio técnico en el que se considera el análisis de localización, tamaño e ingeniería del proyecto, los requerimientos de recursos necesarios para la consecución final del mismo y el impacto ambiental que genera su implementación.

El cuarto capítulo comprende el marco legal en el que se establece los lineamientos que determina la economía popular y solidaria para crear la asociación, el estudio organizacional, la filosofía de la asociación y su organización administrativa.

En el quinto capítulo consta el estudio financiero, donde se expresa en recursos monetarios todos los datos plasmados en los capítulos anteriores, se determina la estructura financiera, los costos directos e indirectos, la depreciación de la inversión, la obtención de ingresos y estados financieros proforma.

El capítulo sexto contiene la evaluación del proyecto que establece su viabilidad y rentabilidad utilizando las técnicas financieras como son el costo promedio ponderado de capital (TMAR), el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), la relación beneficio costo (R B/C) y el periodo de recuperación de la inversión (PAYBACK).

Finalmente se determinarán las conclusiones y recomendaciones de la asociación en base a la investigación que se llevará a cabo en conjunto con las florícolas bouqueteras de Cayambe y los productores de Ruscus a fin de determinar la acogida o no de este proyecto.

CAPÍTULO 1
GENERALIDADES

1.1 Antecedentes

En muchos países desarrollados y en vías de desarrollo, el sector florícola representa una de las industrias más fuertes. Esta industria, que se inició a finales del siglo XIX abarca producción y cultivo de flores variadas tales como rosas, flores de verano, flores tropicales, y otras.

Es una industria muy dinámica, que ha crecido de manera rápida; y se compone de tres principales actores: los productores, los mayoristas y los minoristas cuyas actividades comerciales están interrelacionadas. Donde la tendencia actual de Mercado va orientada a eliminar los intermediarios y las iniciativas por captar clientes son muchas, entre ellas está la que aplican las empresas que se dedican a exportar arreglos florales listos entre estos los bouquets.

La industria florícola del país es una actividad importante que con el pasar de los años se ha consolidado en el mercado norteamericano principalmente y en menor escala en el europeo, lo cual ha contribuido a generar empleo y divisas al país, activando ciertos polos de desarrollo local en el sector.En los últimos años el cultivo de follajes ornamentales se ha constituido en una nueva y real alternativa de negocio dado las nuevas tendencias del arte floral moderno. Este utiliza cada vez más, distintas variedades de ramas y hojas por el efecto suavizador y de contraste que los follajes dan a los arreglos.

La producción de Ruscus en el Ecuador es aún escasa; sin embargo, según el productor William Guaspud, técnico de la finca Florvalsa, esta variedad de follaje es muy apetecido en Estados Unidos y en general por todos los comercializadores de flores y follajes del país porque que la duración y resistencia que tiene no la poseen otros follajes. “Es un cultivo rentable, su hoja es muy fuerte y no requiere de demasiados cuidados después de que crece, así que también es muy económico por lo que no es tan delicado como otras plantas; después de cortado no se deshidrata tan

fácilmente y no requiere cadena de frio e incluso tiene una duración de 4 meses en florero”, explica el productor William.

El Ruscus es una planta que pertenece a la flamilla de la liliáceas, el mismo que es utilizado como adorno en los bouquets de uso nacional, y para exportación, este arbusto puede alcanzar una altura de hasta 1 metro, su cepa es rastrera y subterránea, su tallo y hojas son de color verde claro en sus inicios, y mientras pasa el tiempo su maduración se evidencia en su color verde obscuro, su origen es mediterráneo y se localiza en bosques y matorrales.

Actualmente se localizan también en toda Europa central y meridional, Reino Unido y en el Norte de África y en Asia, existiendo un desconocimiento de la producción del ruscus en el continente Americano según Caballero (2004).

Ecuador, al ser uno de los principales exportadores de Rosas a nivel mundial introduce la producción de Ruscus por la creciente demanda de follaje verde que debe acompañar a las rosas como relleno en sus arreglos. La producción se realiza empíricamente, con poca organización entre sus productores y cada día la demanda crece pero la oferta de la planta es escasa.

1.2 Justificación

Ante la necesidad de buscar nuevos mercados productivos y el desarrollo del sector, dueños de pequeñas extensiones de terreno han encontrado en el cultivo de Ruscus hypophyllum, que es cada vez más escogido como follaje en arreglos florales, una oportunidad de negocio debido al fácil cultivo y manejo de un producto que tiene muy buena acogida en el sector florícola para producción de bouquets.

Debido a la creciente demanda de este follaje ornamental por parte de las florícolas del Sector Cayambe ubicada al norte de la provincia de Pichincha, los pequeños productores de las parroquias de Guayllabamba, Yaruquí y Checa, se han visto en la necesidad de crear una asociación de productores para poder satisfacer la demanda

generada, en vista de que con la producción individual no se cumple con las cantidades requeridas por las florícolas para la elaboración de bouquets. Esta carencia del producto se hace aún más evidente en temporadas altas como son: Valentin Day y Mothers Day.

En estos momentos el cultivo de Ruscus tiene un proceso productivo muy artesanal, lo cual se refleja en la baja producción de sus plantas por metro cuadrado y no cuentan con la suficiente cualificación y asesoría en la tecnificación del cultivo, influyendo directamente en los ingresos económicos obtenidos por cada productor.

Para dar solución a la necesidad tanto de las florícolas del sector norte de la Provincia de Pichincha como para los pequeños productores de las parroquias antes mencionadas se ha planteado el objetivo de formar una asociación de productores de Ruscus hypophyllum para cubrir la demanda requerida del sector y tener una representación gremial que vele por sus intereses, con el fin de hacer que este negocio sea sostenible para el beneficio de la organización y sus familias.

Este proyecto de asociación servirá como modelo de planificación para el mejoramiento de la producción y comercialización del Ruscus hypophyllum, con el acompañamiento técnico a los procesos y así poder optimizar el precio pagado al productor, bajo el enfoque de la Economía Social y Solidaria que demanda la participación de todos.

Por lo tanto, es una gran oportunidad crear una asociación de productores de Ruscus, aprovechando las ventajas competitivas que tiene el país en cuanto a climas y suelos, que beneficiarían la producción a escala de este tipo de follaje y que reuniría a los pequeños productores concientizándolos del gran potencial productivo de esta actividad, para hacer de ella un negocio que les genere una rentabilidad óptima y que les permita mejorar sus condiciones de vida.

Otro factor que motiva la creación de la asociación es que en la actualidad las florícolas están buscando otros tipos de flor ornamental que puedan servir para crear los bouquets, que no tenga tantas exigencias en su manejo y no les implique tener

demasiados cuidados, es por ello que hoy este tipo de producto ornamental es una alternativa real de incorporar a los sistemas productivos que permitan complementar la producción de flores de corte.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

- Determinar la factibilidad de la creación de una asociación para los pequeños productores del follaje ornamental (Ruscus hypophyllum) de las parroquias de Guayllabamba, Yaruquí y Checa hacia el mejoramiento de la comercialización y distribución en las florícolas del sector de Cayambe.

1.3.2 Objetivos específicos

- Realizar el estudio de mercado que nos permita determinar la demanda insatisfecha de Ruscus hypophyllum en las florícolas del sector de Cayambe, que justifique la creación de una asociación para los pequeños productores.

- Diseñar el estudio técnico, administrativo, legal óptimo que nos permita identificar los procedimientos adecuados para la correcta comercialización del Ruscus, así como la magnitud del proyecto y su localización apropiada para el acopio y posterior distribución.

- Realizar la evaluación económica, financiera, social y ambiental del proyecto a fin de poder determinar la viabilidad del mismo.

1.4 Metodología

La metodología a emplearse para el desarrollo del presente proyecto es la siguiente:

1.4.1 Tipo de estudio

1.4.1.1 De campo

El presente estudio utiliza la investigación de campo para comprender y resolver la necesidad que tienen las microplantaciones de aumentar la producción, por lo tanto es necesario trabajar en el ambiente natural que conviven las personas y las fuentes consultadas.

Para obtener datos relevantes que sirvan al desarrollo del trabajo se aplicarán encuestas a los productores de Ruscus, de acuerdo con los objetivos del proyecto.

1.4.1.2 Bibliográfica

Para potenciar de manera amplia las teorías, conceptualizaciones y criterios se recurrirá a textos y distintas instituciones públicas y privadas que puedan proveer información, además de utilizarlas herramientas del internet.

1.4.2 Método de investigación

1.4.2.1 Exploratoria

Según otros autores este tipo de estudios son más factibles realizarlos cuando se requiere investigar el comportamiento humano en situaciones donde hay poca información.

Por lo tanto permitirá descubrir las bases y recabar información para obtener nuevos datos y elementos que ayuden a formular con mayor precisión las preguntas de la investigación, aún más importante, cuando el tema estudiado ha sido poco estudiado.

1.4.2.2 Descriptiva

Nos ayudará estadísticamente con información relevante para el análisis de la investigación, identificando la relación que existe entre los elementos y problemas de producción y comercialización de la planta de Ruscus.

"Los estudios descriptivos miden o evalúan distintos aspectos, dimensiones o componentes de un fenómeno o fenómenos a investigar." (Hernández S., 1977, p. 60)

1.4.2.3 Asociación de variables

Parte básica del análisis de los datos, en cuanto la asociación entre dos o más variables representa la presencia de algún tipo de tendencia.

1.4.3 Técnica para la recolección de información

1.4.3.1 Entrevista y encuesta

- Conversación directa entre uno o varios entrevistadores y uno o varios entrevistados, con el fin de obtener información vinculada al objeto de estudio.

Es una técnica de gran efectividad para orientar, porque contribuye a un conocimiento profundo del objeto de estudio y al análisis de sus necesidades específicas. Técnica que cumple objetivos como:

- Reconocer situaciones problemáticas, para buscar alternativas de solución.

- Recoger información especializada.

- Evaluar en qué medida se están cumpliendo los objetivos propuestos.

Para la recolección de datos en la investigación, utilizaremos la encuesta escrita con preguntas cerradas que serán aplicadas a las florícolas del sector de Cayambe, con la finalidad de desarrollar una solución al problema planteado en esta investigación.

1.4.4 Tratamiento de la información

1.4.4.1 Presentación de datos

El trabajo de investigación será presentado en dos formas:

- Representación escrita
- Representación gráfica

1.4.4.2 Depuración de información

- Revisión crítica de la información
- Repetición de la recolección
- Tabulación o cuadros
- Manejo de información
- Estudio estadístico de datos

1.4.4.3Análisis e interpretación de datos

- Análisis de los resultados estadísticos
- Interpretación de los resultados
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO 2
ESTUDIO DE MERCADO

La preparación de este proyecto trata de que el riesgo de la inversión sea un riesgo calculado, que permita cuantificar cuán grande o pequeño es el riesgo y hasta cierto punto tratar de minimizarlo, a través de información que permita identificar y definir las oportunidades y problemas del mercado.

2.1 Ruscus Hypophyllum

Según el estudio realizado por María Gabriela Chahin (2012), la información sobre este cultivo es escasa, incluso no hay concordancia entre los distintos autores sobre el nombre científico del Ruscus italiano. Algunos lo mencionan como Danae racemosa, otros como Ruscus hyphophyllum. En los últimos años estas especies han adquirido gran importancia en el mercado como complemento de ramos y para jardines. Es uno de los cultivos para follaje de corte más importante en Italia donde se cultivan más de 300 ha. Allí se vende el follaje tanto en fresco como deshidratado, el cual se puede teñir de distintas tonalidades.

2.1.1 Características del Ruscus Hypophyllum

El ruscus italiano pertenece a la familia Liliaceae, cuyo origen se sitúa en Irán. Es una planta de tamaño pequeño, arbustiva y perenne, que en estado silvestre alcanza alrededor de 1 m de alto y 1,8 m de diámetro. Posee un rizoma que va extendiéndose paulatinamente de acuerdo a la edad de la planta, desde el cual emergen los tallos semi-erguidos, que según sea la especie, ramificarán o no, según María Gabriela Chahin. (2012)

Esta brotación se da a fines de invierno o inicios de primavera. Las que parecen ser hojas alternas coriáceas terminadas en espina son en realidad cladodios (tallos modificados). Las verdaderas hojas son pequeñas escamas que se encuentran en el envés o haz de los cladodios. La floración se produce en primavera y verano, siendo las flores verdosas y en forma de estrella, que crecen en el centro de los cladodios y son masculinas o femeninas, por tanto se trata de plantas dioicas. Las femeninas producen en otoño - invierno unas brillantes bayas redondas y rojas en cuyo interior se producen semillas que una vez limpias pueden ser viables.

Brotación de la planta

Figura 1. Brotación de la planta.
Fuente: Estudio realizado en chile, por M. Chahin

2.1.2 Requerimientos

Suelo

Esta especie prefiere suelos con alto tenor de materia orgánica, bien drenados, de pH ligeramente ácido a neutro (6-7), de textura suelta a gredosa sin problemas de anegamiento. Si el suelo presenta alguna limitante de drenaje se aconseja cultivarlo en camellones elevados.

Clima

Si bien el Ruscus es una planta que se adapta bien al clima mediterráneo de inviernos suaves, para obtener una producción más prolongada de follaje durante el invierno es necesario cultivarlo bajo plástico. Además, esto ayuda a tener un cultivo más sano, ya que en cultivos al aire libre, las plantas se ven atacadas por una serie de enfermedades tanto fungosas como bacteriales (Pseudomonas). De acuerdo a la experiencia recogida por los cultivadores se vieron daños en el follaje nuevo (nuevos brotes) con temperaturas bajo 0 durante heladas tardías de verano.

El ruscus es una planta de día neutro bien adaptada a condiciones de semisombra, por tanto se aconseja cultivarlo bajo sombreamiento artificial o natural**.**

Riego

Dado que el ruscus es una especie que tiene un rizoma subterráneo, un exceso de humedad puede producir una falta de oxígeno y favorecer la pudrición de los rizomas, con la consecuente pérdida de plantas. Por tanto el manejo del riego debe ser cuidadoso y el nivel de humedad del suelo monitoreado permanentemente.

Sombra

Dado que ruscus es una planta que se describe como de semisombra se utiliza una malla o también llamada en Ecuador saran (malla plástica color negro) con 50% de exclusión de luz.

Poda

Previo a la cosecha o durante la misma se hace una poda de limpieza eliminando tallos amarillentos o que presentan daño por enfermedades, ya que le restan vigor a la planta. También al momento de la cosecha se deja un remanente de unos 10 cm y con al menos cuatro hojas verdes y sanas, que apoyen la mantención y desarrollo posterior del rizoma.

Cosecha y Poscosecha

El ruscus se corta con tijeras cuando el follaje se encuentra de color verde oscuro y de consistencia firme, éste debe estar libre de daños. Se buscan en general tallos entre 40 a 65 cm y no requieren de tratamientos especiales de poscosecha, sin embargo se aconseja poner los tallos en agua limpia por al menos 2 horas inmediatamente después del corte. (Silva, Jaime;, 2008)

2.1 Determinación del mercado objetivo

2.1.1 Segmentación de mercado

Desde el punto de vista del autor Kothler y Armstrong (2008): segmentar un mercado significa dividir a un mercado en grupos definidos con necesidades, características o comportamientos distintos. Los cuales podría requerir productos o mezclas de marketing distintos.

La asociación pretende dirigir su producto a las fincas florícolas que desarrollan sus actividades en la ciudad de Cayambe al noreste de la Provincia de Pichincha y que estén afiliadas a la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador, Expoflores.

Para determinar el mercado objetivo de este proyecto, se hace la segmentación partiendo de un mercado universal hasta llegar a un mercado específico que nesecite cubrir una necesidad.Al determinar nuestro mercado universal partimos de los datos proporcionados tanto por el Ing. Juan Francisco Pozo, Gerente de información económica y comunicación de Expoflores y Proecuador 2013.

Tabla 1. Número de empresas florícolas en el país

SEGMENTO	NÚMERO DE EMPRESAS	%
Ecuador	571	100%
Pichincha	376	66%
Cayambe	83	15%
Expoflores	52	9%

Nota: Número de empresas florícolas. PROECUADOR, por R. Campaña, M. Tutillo&L. Verjan, 2014.

2.1.1.1 Variable psicográfica:

Se toma en cuenta las preferencias que tienen las fincas en especial por el producto motivo de estudio, para la elaboración de bouquets.

2.1.1.2 Variable geográfica:

Ya que hace referencia a un sector en específico, la ciudad de Cayambe, y se considerará las florícolas ubicadas en este sector y que sean socias de Expoflores.

Para este caso donde no contamos con información estadística del consumo de Ruscus a nivel nacional y local, aplicamos la metodología "Determinación del mercado objetivo y la demanda insatisfecha, cuando no se dispone de estadísticas", del catedrático Carlos Izquierdo. (2011)

Con lo cual se determina que el mercado objetivo del proyecto es de 37 fincas florícolas como potenciales comparadores.

Tabla 2. Mercado objetivo

COMPRADORES POTENCIALES ACTUALES		**39**
ATENDIDOS SATISFECHOS	21	
NO ATENTIDOS INSATISFECHOS	11	
ATENDIDOS NO SATISFECHOS	7	
COMPRADORES ATENDIDOS (OFERTA)		**2**
ATENDIDOS SATISFECHOS NO DESEAN PROBAR	1	
ATENDIDOS NO SATISFECHOS SI DESEAN PROBAR	1	
MERCADO OBJETIVO INSATISFECHO (N)		**37**
ATENDIDOS SATISFECHOS POR PROBAR	20	
ATENDIDOS NO SATISFECHOS POR PROBAR	10	
NO ATENDIDA INSATISFECHA	7	

Nota: Mercado objetivo. Datos psicográficos, por R. Campaña, M. Tutillo&L. Verjan, 2014.

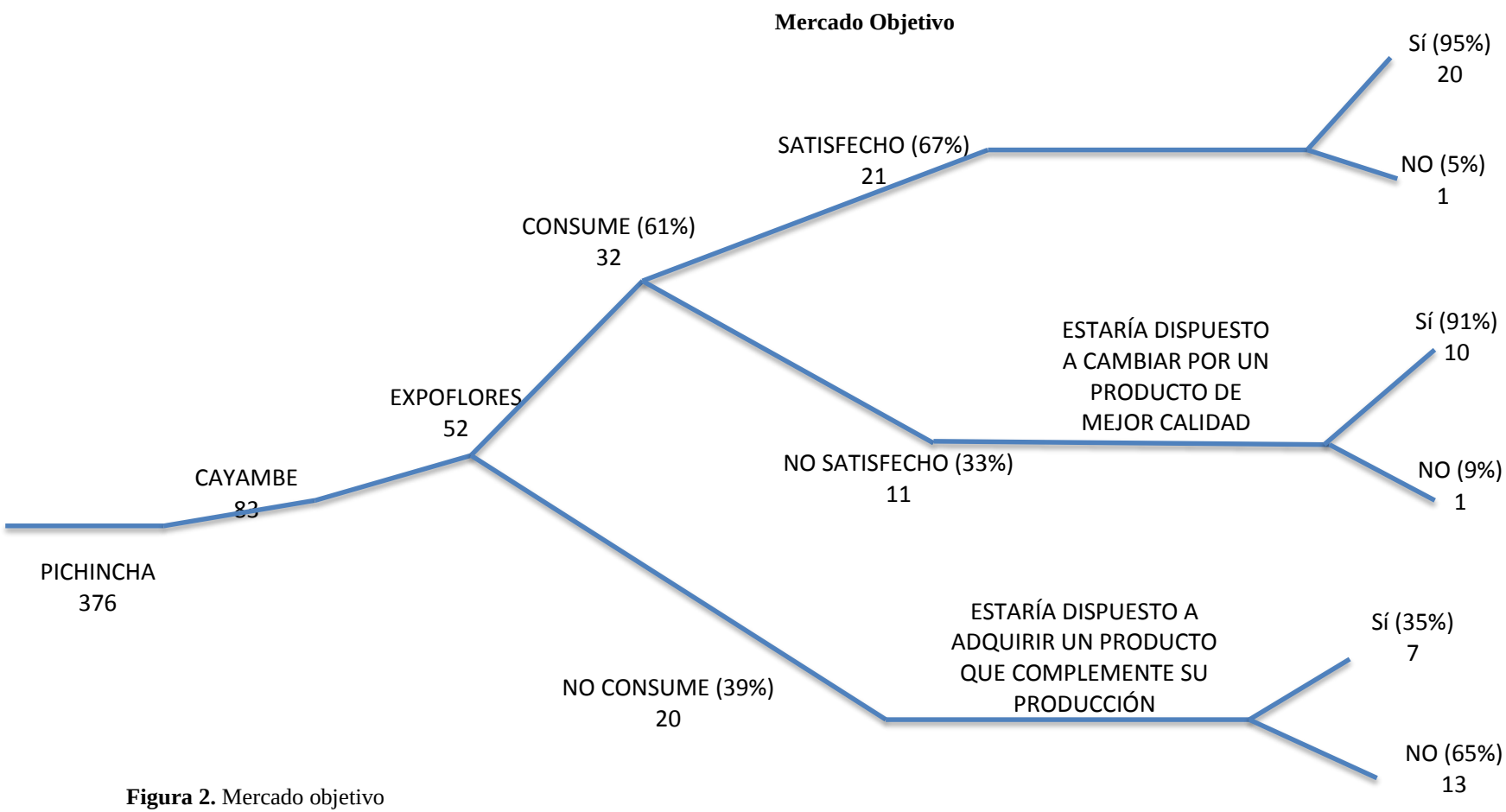


Figura 2. Mercado objetivo
Fuente: Datos psicográficos, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan

Por lo tanto nuestro mercado objetivo será N = 37 florícolas.

2.1.2 Determinación del tamaño de la muestra

Para definir el tamaño de la muestra se utiliza el método probabilístico para poblaciones finitas, lo que permitirá estudiar o conocer el comportamiento de una parte del Universo que lo represente.

Para aplicar la fórmula se toma un nivel de confianza del 95% donde Z= 1.96, y por lo tanto se obtiene un error muestral del 5%. Es importante resaltar que el valor Z se obtiene de una tabla de probabilidades de una distribución normal.

En la determinación de la probabilidad de que las florícolas utilicen Ruscus, se realizó una muestra piloto a 40 de ellas, donde se encontró que el 60% utiliza (P) y el 40% no (Q). (Ver anexo)

De esta manera se aplica la siguiente fórmula:

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

Leyenda:

n = Número de elementos de la muestra.
N = Número de elementos del universo.
P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.
Z2 = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido: siempre se opera con valor sigma. Véase la tabla de valores de Z.
E = Margen de error o de imprecisión permitido (lo determinará el director del estudio).

$$n = \frac{1{,}96^2 * 0{,}60 * 0{,}40 * 37}{0{,}05^2(37-1) + \ 1{,}96^2 * 0{,}60 * 0{,}40}$$

$$n = \frac{34{,}11}{1{,}01}$$

$$\boldsymbol{n = 33.71}$$

El número de encuestas a realizar es 34. En vista de que la muestra a encuestar se aproxima al número de florícolas que componen el universo del mercado objetivo, se determina que se encuestará al total de la población, es decir las 37 florícolas socias de Expoflores.

2.2 Investigación de mercado

2.2.1 Determinación de las necesidades de la información

Una vez determinadas las preferencias y necesidades del segmento de mercado seleccionado es necesario mencionar que las florícolas a las que se quiere llegar, se pueden clasificar de acuerdo a la actividad que desempeñan en el mercado de la siguiente manera:

Cliente: Es aquella florícola que se dedica a realizar bouquets y utiliza entre los componentes de su producto verdes y fillers, entre ellos el Ruscus.

De esta manera los consumidores o compradores potenciales serán las florícolas dedicadas a realizar bouquets especialmente para el mercado Norteamericano, en vista de que el mercado Ruso y Europeo no gustan mucho de este producto por temas culturales, no con esto se quiere decir que no consuman bouquets sino que su

preferencia es regalar unidades de rosas en tallos largos y no cantidad de rosas en tallos cortos.

Las fincas florícolas que son parte del mercado objetivo tienen algún conocimiento acerca del producto que se les quiere ofrecer, es por eso que han aportado con requerimientos y aspectos importantes a tomar en consideración a la hora de cubrir sus expectativas, por ejemplo:

- Se debe entregar la cantidad requerida del producto en las fechas estrictamente establecidas.
- Contar con largos de tallos de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Obtener una estandarización de precios entre los ofertantes del producto.
- Facilitar el cambio de la presentación del producto de acuerdo al requerimiento de embonchado (número de tallos por ramo), por cuestiones de cambios en la producción.
- Debe ser un producto de buena calidad, de larga vida en florero y libre de enfermedades.
- Ser productos orgánicos, ya que el mercado final requiere que sean bienes con sello verde, libres de pesticidas y químicos de sello rojo.

2.2.2 Diseño del plan de investigación y formato de encuesta

Según Cesar Augusto Bernal (2006) la encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usada, a pesar que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.

Para la elaboración de la encuesta y su formato, se partió de las necesidades que tienen las florícolas del mercado objetivo como son las preferencias en la utilización

del Ruscus, la frecuencia de consumo, lugares de adquisición o compra, precios de compra, entre otros.

“Una vez que se cuenta con toda la información necesaria proveniente de cualquier tipo de fuente, se continua con el procesamiento y análisis. Recuerde que los datos recopilados deben convertirse en información útil que sirva como base en la toma de decisiones.” (Sotillo Salazar, 2009)

La encuesta está diseñada para que a partir de la tabulación, sirva de apoyo para definir la factibilidad de la creación de una asociación que reúna a los productores de Ruscus de las parroquias de Guayllabamba, Yaruquí y Checa.

A continuación se presenta el diseño de la encuesta aplicada a las florícolas de la ciudad de Cayambe. (Ver anexo2)

2.2.3 Tabulación y análisis de los datos

Para Ciro Martínez, “esta etapa se puede considerar como la más importante de la investigación, ya que aquí tenemos los resultados para poder usar esta información de la manera adecuada para los fines pertinentes.” (2007)

La encuesta se realizó al noreste de la provincia de Pichincha en los diferentes sectores de la Ciudad de Cayambe, a las florícolas productoras de bouquets que utilizan fillers y verdes para la elaboración de los ramos, siendo éstas el mercado objetivo.

Se realizó una prueba piloto inicial de 40 encuestas, las que se aplicaron a las florícolas aleatoriamente en los diferentes sectores (norte, centro, sur) de Cayambe, para conocer si utilizaban o habían trabajado con tallos de Ruscus. Con su aplicación se logró identificar que existen fincas florícolas que definitivamente no están

interesadas en el producto porque se dedican exclusivamente a la producción de rosas. (Ver anexo 3)

Con la aplicación de la encuesta piloto se logró determinar la probabilidad de ocurrencia del evento, es decir de que se utilice el Ruscus, y se definió que la muestra a estudiar sería de 34 fincas florícolas, en vista de que esta muestra se aproxima al total de florícolas que representan el 100% del mercado objetivo se aplicará la encuesta a las 37 fincas para conocer el comportamiento de consumo del mismo, datos que serían de valiosa ayuda para llegar a conclusiones de la demanda y oferta.

Al terminar la aplicación de la encuesta se procedió a la tabulación de los resultados obtenidos, la elaboración de los gráficos y cuadros estadísticos, para finalmente realizar el análisis de la información recogida.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA / TESIS

OBJETIVO: Conocer la demanda de Ruscus por parte de las florícolas de la ciudad de Cayambe.

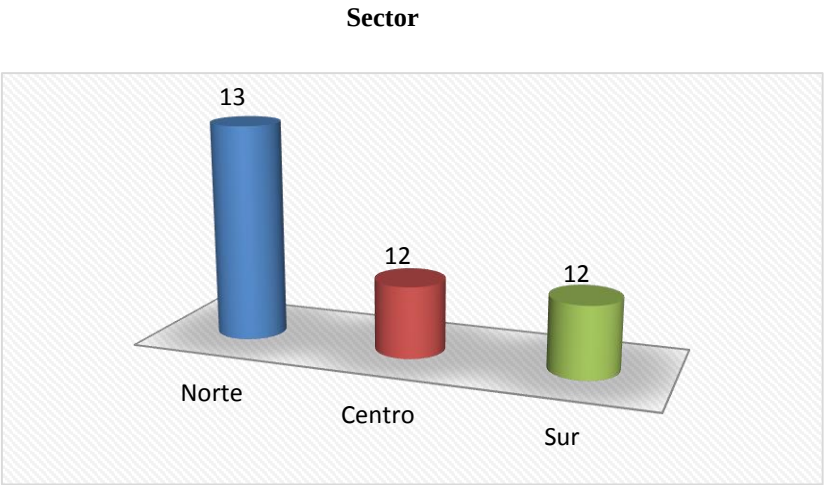


Figura 3. Sectores de aplicación de encuesta
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

Las encuestas son aplicadas según la segmentación que se realizó, exclusivamente a las florícolas que están afiliadas a Expoflores obteniendo como resultado que el 35,1% de las florícolas están ubicadas en el sector norte de la Ciudad de Cayambe, el 32,4% están ubicadas en el Sector Centro y con el mismo porcentaje 32,4% en el Sur de la ciudad.

1.- ¿Utiliza usted el follaje ornamental Ruscus?

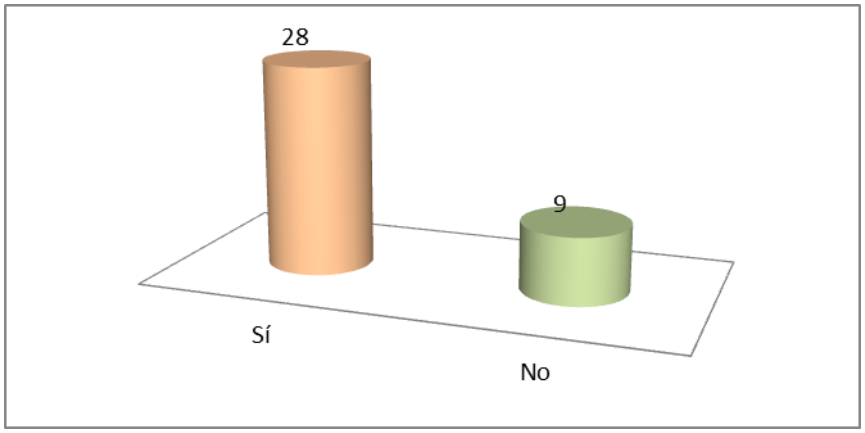


Figura 4. Compra de Ruscus
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

Con la aplicación de esta pregunta se tiene como resultado que 28 fincas, que representan el 75,7% de las florícolas encuestadas utilizan Ruscus para elaborar Bouquets y sólo 9 de ellas con una representación del 24,3% no lo hace, esto en vista de que no son bouqueteras, su actividad es exclusivamente la producción de rosas.

El resultado que arroja esta pregunta nos da una clara muestra de que el producto si tiene una buena aceptación dentro del mercado objetivo.

2.- Si ha utilizado Ruscus, ¿Qué tipo de proveedores prefiere?

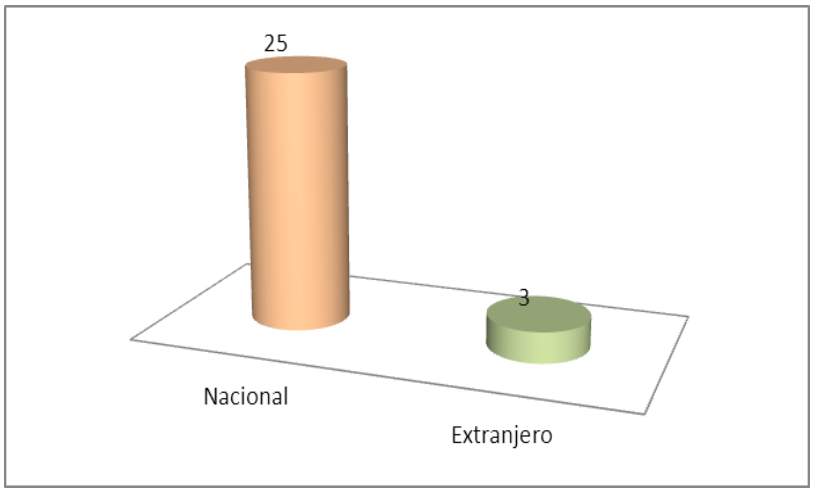


Figura 5. Proveedores
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

Las florícolas de la ciudad trabajan en un 89,3% con proveedores nacionales de Ruscus y un 10,7% con proveedores extranjeros.

Por lo tanto es evidente que la producción nacional es quien cubre en su mayoría la demanda requerida por el mercado de Cayambe, principalmente porque no quieren cubrir los gastos que les representa importar el verde.

3.- En términos de cantidad, ¿la producción nacional cumple sus expectativas?

La producción nacional cumple sus expectativas

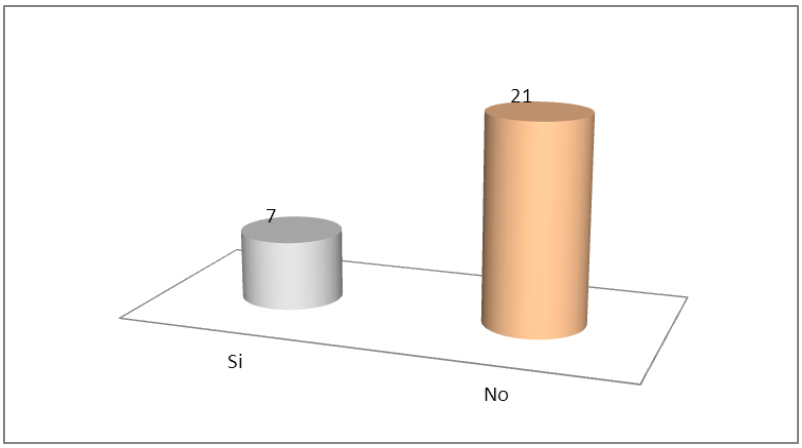


Figura 6. Cumple las cantidades requeridas la producción nacional
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

El 75% de las florícolas encuestadas asegura no cubrir sus necesidades en cuanto a cantidades requeridas del producto para la elaboración de los bouquets y el 25% de ellas si está satisfecha.

Este índice nos indica una situación muy alentadora para el desarrollo del proyecto, pues es a ese 75% de florícolas a las que se quiere vender el producto objetivo de la investigación.

4.- Si los pequeños productores de Ruscus de Guayllabamba, Yaruquí y Checa formaran una asociación, apoyaría la iniciativa con la compra del Ruscus a esta institución?

Apoyaría comprando Ruscus a la Asociación

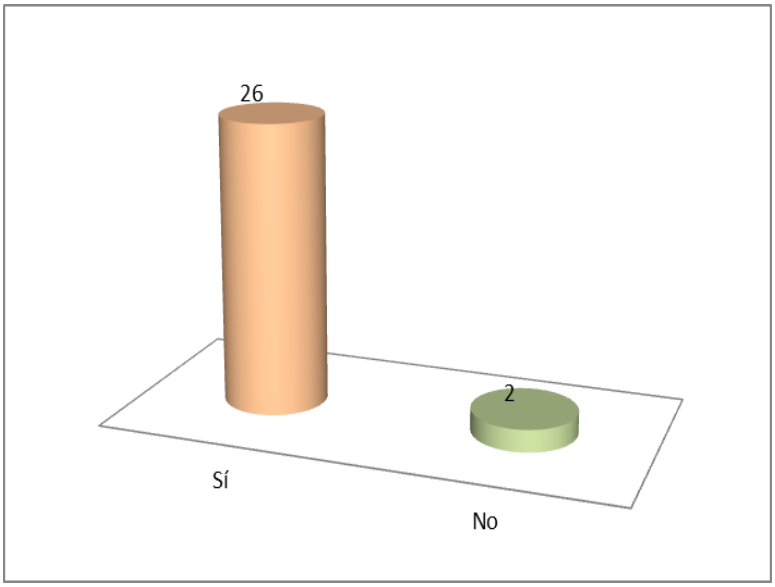


Figura 7. Compraría Ruscus a la Asociación
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

El resultado de esta pregunta nos indica que al crear la asociación de productores de Ruscus el 92,9% de las florícolas encuestadas apoyarían su trabajo con la compra del producto, y un 7,1% de las florícolas no lo harían porque ya tienen un proveedor fijo con quien trabajan por largo tiempo y no les interesa probar nuevos.

5.- Al adquirir el Ruscus, es de su preferencia trabajar con:

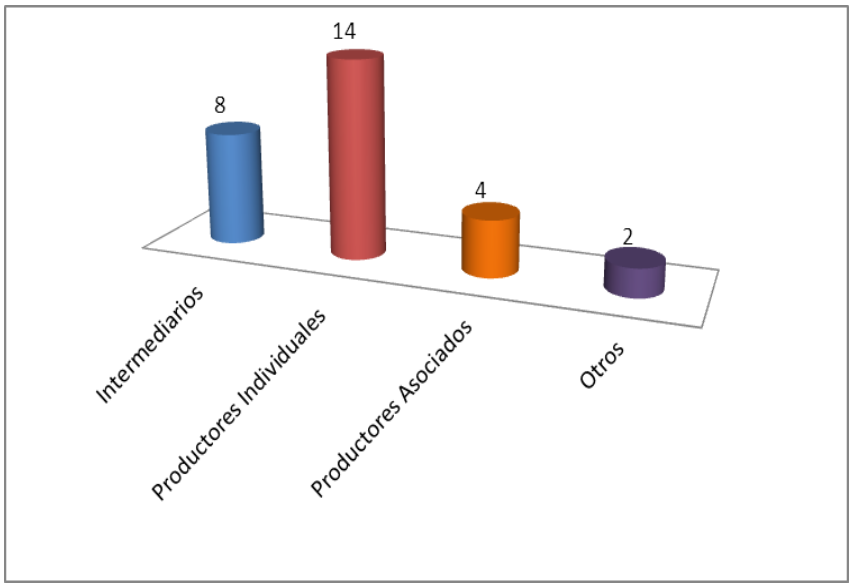


Figura 8. Clases de intermediarios
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

Con la tabulación de esta pregunta se puede conocer que el 50% de las florícolas encuestadas compran el Ruscus a productores individuales siendo esta la opción más escogida, seguida de un 28,6% que aseguran comprar a través de intermediarios, en un 14,3% compran a productores asociados y un 7,1% a otros.

6.- Con qué frecuencia adquiere el Ruscus?

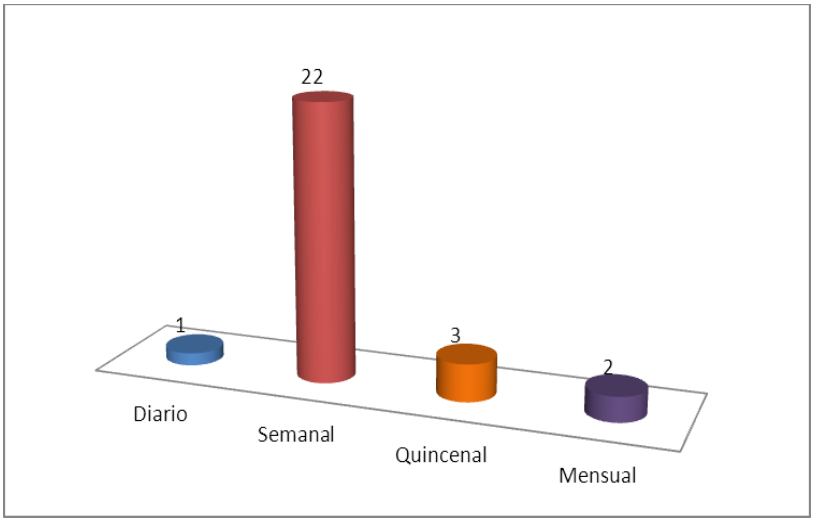


Figura 9. Frecuencia de consumo
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

La frecuencia con que adquieren las florícolas encuestadas el Ruscus para elaborar los bouquets es mayoritariamente semanal con un 78,6%, le sigue la opción quincenal con el 10,7%, el consumo mensual con 7,1% y un 3,6% que lo hace diariamente.

Este resultado nos muestra que el producto debe ser entregado semanalmente a las florícolas, y los productores deben tener presente que la cosecha debe ajustarse a este parámetro.

7.- ¿Qué largos de tallos utiliza en su mayoría para elaborar los bouquets?

Tamaño del tallo

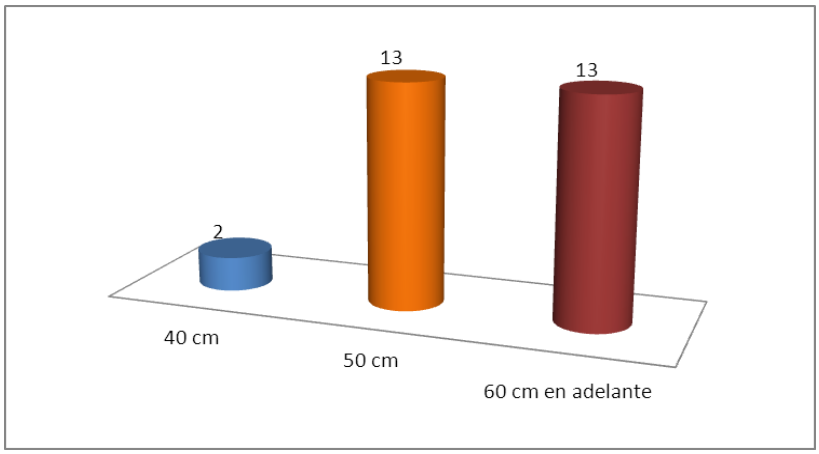


Figura 10. Preferencia en largo de tallos
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

El 46,4% de las florícolas encuestadas utiliza en su mayoría para elaborar los bouquets tallos de 60cm en adelante, en la misma proporción 46,4% utiliza tallos de 50cm y el 7,1% utiliza tallos de 40cm.

La tendencia por los largos de tallos en la elaboración de bouquets tiende a utilizar los tallos de 50cm y 60cm, esto como consecuencia de que los tallos de las rosas a las que este verde acompaña son en promedio de las mismas medidas, es poco frecuente que los tallos de los bouquets sea más pequeños.

8.- De acuerdo a su capacidad productiva, ¿Qué cantidad de tallos de Ruscus necesitaría a la semana para realizar los bouquets?

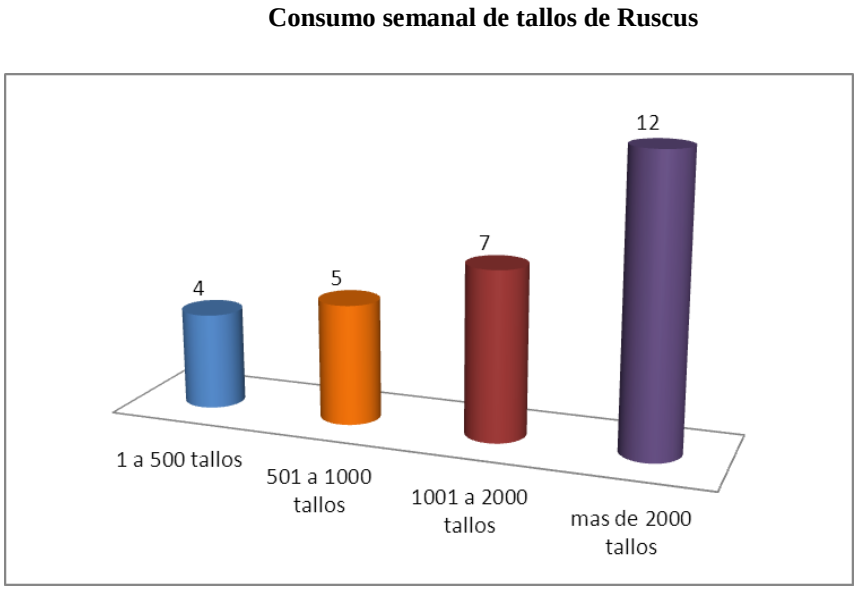


Figura 11. Consumo semanal
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

De las florícolas encuestadas 12 aseguraron utilizar a la semana más de 2000 tallos siendo la opción más escogida pues representa el 42,9% del total consultado, seguida del 25% que responde necesitar de 1001 a 2000 tallos semanal, el 17,9% requieren de 501 a 1000 tallos y con el 14,3% afirman necesitar de 1 a 500 tallos por semana.

Estas respuestas son muy valiosas para realizar el cálculo de la demanda promedio requerida entre las fincas estudiadas.

9.- Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por un tallo de Ruscus?

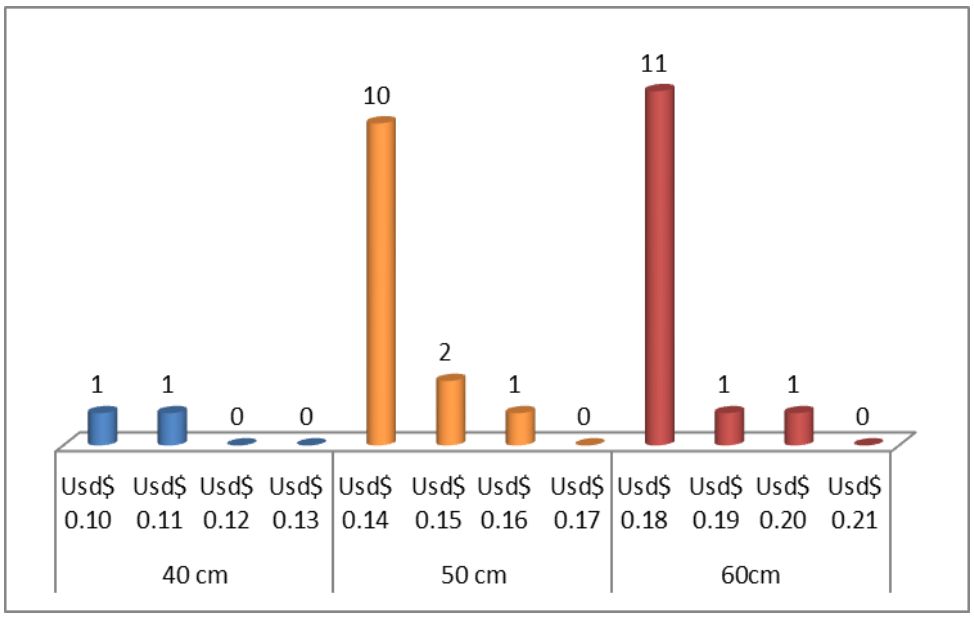


Figura 12. Precio
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

Entre los precios que están dispuestos a pagar por un tallo de Ruscus las florícolas encuestadas la tendencia se inclina a cancelar los precios más bajos propuestos por cada una de las medidas presentadas, es decir, por los tallos de 60cm el 85% de las 12 florícolas que respondieron utilizar en su mayoría esta medida está dispuesto a pagar Usd$0.18 por tallo, el 77% respondió estar dispuesto a pagar Usd$0.14 por los tallos de 50 cm, solo para los tallos de 40 cm las florícolas opinaron que estarían dispuestos a cancelar entre Usd$0.10 y Usd$0.11 por tallo. Según se puede ver en la figura 12.

10.- Para que el producto llegue a sus instalaciones utiliza:

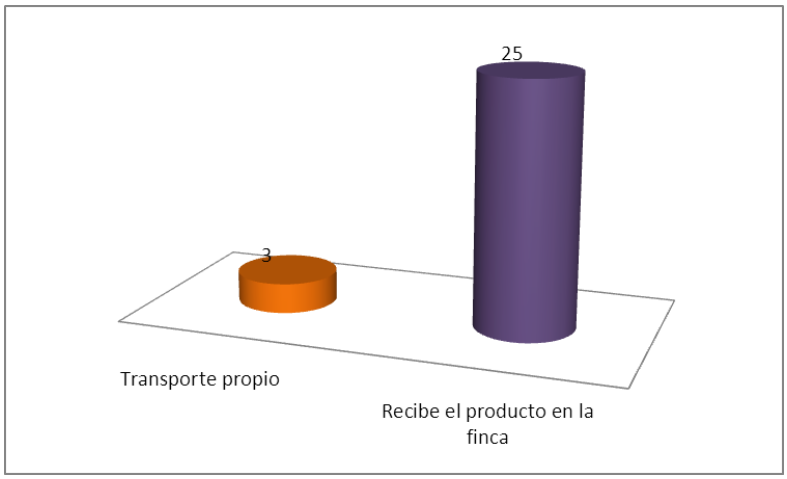


Figura 13. Entrega del producto
Fuente: Encuesta, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

De las florícolas consultadas 25 de ellas reciben el producto directamente en sus instalaciones, lo que representa el 89,3% de las respuestas y sólo un 10,7% utiliza transporte propio para llevar el Ruscus. Es así que se ve la necesidad de crear dentro de las estrategias de distribución de la asociación el sistema de entrega a domicilio del producto.

2.3 Determinación de la demanda del mercado objetivo

Para hacer el análisis de la demanda, es preciso conocer y establecer el concepto de Demanda para poder tener la certeza de realizar un enfoque coherente y acertado sobre la misma. Por lo tanto Demanda es:

"Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica un precio determinado." (Baca Urbina, 2001)

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es conocer y medir las cantidades requeridas de Ruscus por parte del mercado objetivo, así como determinar la posible participación de la asociación en la satisfacción de dicha demanda.

Según varios autores la demanda también muestra la cantidad de volumen que compra un grupo de clientes en un área específica (geográfica) en un periodo determinado, por eso es importante conocer el comportamiento del cliente en cuanto a tendencias que se pueden presentar en el año, como son las temporadas de Valentin Day y Mothers Day.

2.3.1 Demanda actual

Para el cálculo de la Demanda Actual de Ruscus, se utiliza los datos obtenidos en la pregunta 8 de la encuesta realizada para determinar la cantidad de tallos requeridos a la semana por florícola, así como la elaboración de una tabla enfocada en el Consumo per-cápita. Para la cuantificación de tallos semanal se toma el tope de cantidades requeridas en cada opción.

Tabla 3. Consumo per-cápita (Cpc)

FRECUENCIA	TALLOS	FLORÍCOLAS	ORDEN SEMANAL	ORDEN ANUAL
Semanal	1 a 500 tallos	4	2.000	96.000
Semanal	501 a 1000 tallos	5	5.000	240.000
Semanal	1001 a 2000 tallos	7	14.000	672.000
Semanal	Más de 2000 tallos	12	48.000	2.304.000
Muestra		28	69.000	3.312.000

Nota: Consumo de tallos por florícola. Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

Es importante considerar que las 9 florícolas restantes al total de las encuestas realizadas, son las que aseguraron no utilizar Ruscus, por eso para el cálculo de la demanda se toma 28 fincas.

Tabla 4. Demanda actual promedio por florícola

DEMANDA ACTUAL	
FRECUENCIA	**TALLOS**
Semanal por Florícola	2.464
Mensual por florícola	9.857
Anual por florícola	118.286

Nota**:** Promedio de tallos requeridos por florícola. Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Cpc/tallos/año = 3.312.000 / 28 = 118.285,71

Cpc/tallos/año = 118.286

El consumo per-cápita de Ruscus en el año 2014, es de 118.286 tallos.

2.3.2 Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda utilizamos el método de valor futuro, esperando un crecimiento sostenido en la exportación de flores del 4,95%, dato obtenido del estudio: Análisis Sectorial de las Flores del 2013 realizado por PROECUADOR. (PROECUADOR, 2013)

La fórmula aplicada para la proyección es:

$$\boldsymbol{Vf = Vp\ (1 + i)^n}$$

Vf = Valor futuro
Vp = Valor presente
i= Tasa representativa del mercado
n =período (año)

Por lo tanto, para el primer año proyectado tenemos:

$$Vf = 118.286\ (1 + 0{,}0495)^1$$

$$Vf = 124.141$$

Y así se realiza el cálculo correspondiente para cada año, obteniendo los siguientes datos:

Tabla 5. Proyección de la demanda

#	AÑO	DEMANDA PROYECTADA POR FLORÍCOLA	DEMANDA PROYECTADA TOTAL
0	2014	118.286	3.312.000
1	2015	124.141	3.475.944
2	2016	130.286	3.648.003
3	2017	136.735	3.828.579
4	2018	143.503	4.018.094
5	2019	150.607	4.216.990

Nota**:** Demanda proyectada. Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Demanda proyectada total de Ruscus por año

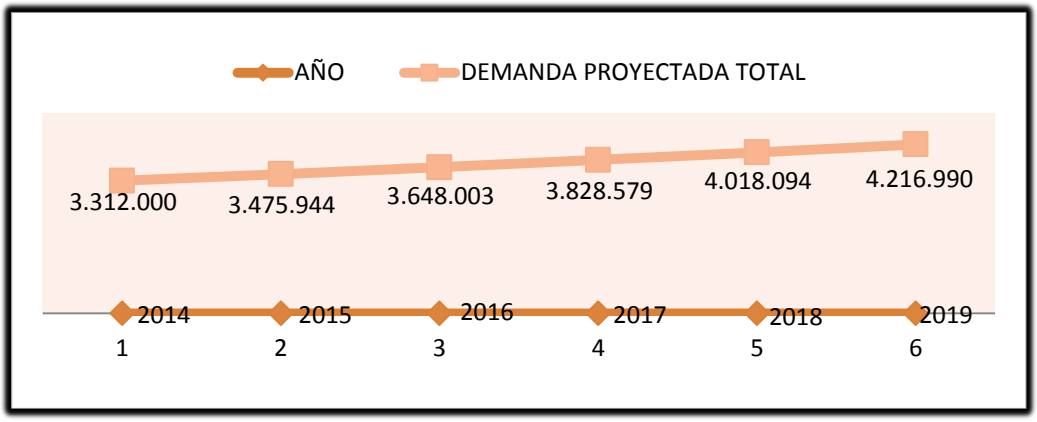


Figura 14. Demanda proyectada
Fuente: Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan.

La proyección de la demanda total se hace tomando el dato de la demanda actual promedio de las 28 florícolas que respondieron en la encuesta aplicada que sí utilizaban Ruscus en la elaboración de bouquets.

De acuerdo a la tabla 5 y figura 14 que precede, se tiene que al inicio del proyecto la demanda de Ruscus en Cayambe es de 3.312.000 tallos al año y al finalizar el

proyecto considerando la proyección esperada para la exportación de flores, al 2019 la demanda de este verde será de 4.216.990 tallos al año.

2.4 Análisis de la oferta

El propósito de realizar este análisis es tener una cuantificación real de la oferta total existente del producto en el Sector de Cayambe, información que permitirá además determinar los principales productores de Ruscus.

La oferta será analizada en función de la capacidad instalada y utilizada de la competencia y de los pequeños productores de las parroquias de Guayllabamba, Yaruquí y Checa quienes son los interesados en crear la asociación de Ruscus.

2.4.1 Identificación del tipo de oferta

- Oferta oligopólica: Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores, ellos determinan los precios, y normalmente tienen acaparada la gran cantidad de materia prima para su empresa.

2.4.2 Cuantificación de la oferta total existente

Para determinar la oferta del año 2014 se considera la demanda atendida satisfecha de la investigación de campo con lo que se obtiene:

Tabla 6. Oferta actual

COMPRADORES POTENCIALES ACTUALES		***39***
ATENDIDOS SATISFECHOS	21	
NO ATENTIDOS INSATISFECHOS	11	
ATENDIDOS NO SATISFECHOS	7	
COMPRADORES ATENDIDOS (OFERTA)		***2***
ATENDIDOS SATISFECHOS NO DESEAN PROBAR	1	
ATENDIDOS NO SATISFECHOS SI DESEAN PROBAR	1	
MERCADO OBJETIVO INSATISFECHO (N)		***37***
ATENDIDOS SATISFECHOS POR PROBAR	20	
ATENDIDOS NO SATISFECHOS POR PROBAR	10	
NO ATENDIDA INSATISFECHA	7	

Nota**:** Consideración de la oferta actual de Ruscus. Datos psicográficos, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

Como se puede observar en la tabla anterior los compradores atendidos (oferta) en la ciudad de Cayambe es de 2 fincas bouqueteras, ahora para determinar la oferta existente de Ruscus en el mercado de esa ciudad se toma el dato de la demanda promedio semanal requerida por las fincas, es decir:

OFERTA = 2 * Demanda anual de Ruscus por florícola.

OFERTA = 2 * 118.286 tallos

OFERTA = 236.571 tallos

Tabla 7. Oferta actual existente en Cayambe

OFERTA ACTUAL	
FRECUENCIA	**TALLOS**
Semanal	4.929
Mensual	19.714
Anual	236.571

Nota**:** Oferta actual en Cayambe. Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Para realizar los cálculos de la Tabla7 se toma los datos recogidos de la pregunta No. 4 de la encuesta aplicada, donde se obtiene que solo el 7%de las florícolas de Cayambe cubre su demanda semanal de Ruscus, lo que nos indica que en ese mercado existe una oferta anual de 236.571 tallos.

2.5.3 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta utilizamos el método de valor futuro, esperando el mismo crecimiento sostenido considerado en la proyección de la demanda, en la exportación de flores del 4,95%, dato obtenido del estudio: Análisis Sectorial de las Flores del 2013 realizado por PROECUADOR. (PROECUADOR, 2013)

Por lo tanto, para el primer año proyectado tenemos:

$$Vf = 236.571\ (1 + 0{,}0495)^1$$

$$Vf = 248.282$$

Y así se realiza el cálculo correspondiente para cada año, obteniendo los siguientes datos:

Tabla 8. Oferta proyectada

#	AÑO	OFERTA TOTAL PROYECTADA
0	2014	236.571
1	2015	248.282
2	2016	260.572
3	2017	273.470
4	2018	287.007
5	2019	301.214

Nota**:** Proyección de la oferta. Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

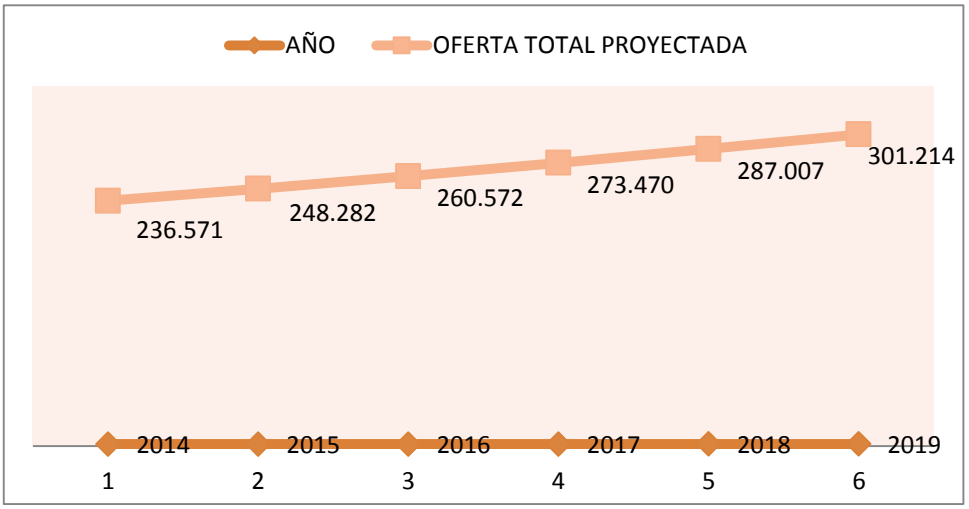


Figura 15. Proyección de la oferta
Fuente: Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

De acuerdo a la tabla 8 y figura 15 que antecede, se tiene que al inicio del proyecto la oferta total existente en el mercado florícola de Cayambe es 236.571 tallos de Ruscus y al final del proyecto al efectuar la proyección al año 2019 la oferta se ubicará en 301.214 tallos.

2.4.3 Principales productores

De acuerdo a la investigación de campo realizada a través del estudio de mercado los productores de Ruscus que existen en la actualidad en las parroquias de Guayllabamba, Yaruquí y Checa son:

Tabla 9. Productores de Ruscus

COMPETIDORES	SECTOR	CAPACIDAD INSTALADA ANUAL (Tallos)	PARTICIPACIÓN DEL MERCADO %
Darío Villa	GUAYLLABAMBA	72.900	2%
Esteban Guerrero	YARUQUI	64.800	2%
Florvalsa S.A.	CHECA	1.620.000,00	52%
Francisco Maisincho	YARUQUI	129.600	4%
Julio Auz	GUAYLLABAMBA	145.800	5%
Los Nogales	GUAYLLABAMBA	72.900	2%
Luis Quinchiguango	GUAYLLABAMBA	81.000	3%
Marco Guaspud	CHECA	72.900	2%
Rodrigo Boada	GUAYLLABAMBA	712.800	23%
Roland Flor	CHECA	97.200	3%
Rómulo Caicedo	CHECA	64.800	2%
TOTAL		**3.134.700,00**	**100%**

Nota**:** Productores de Ruscus. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

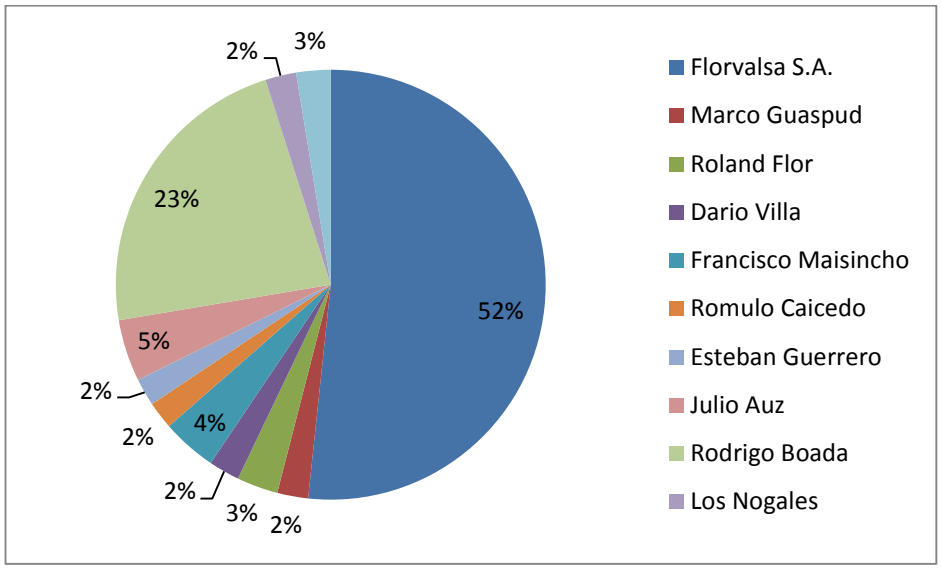


Figura 16. Participación del mercado
Fuente: Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

De los anteriores productores de Ruscus identificados solo la empresa florícola Florvalsa S.A. está constituida legalmente y registrada como socia de Expoflores, siendo las demás plantaciones de menor extensión cultivada y que no manejan procesos para el desarrollo de su actividad.

Florvalsa es una empresa dedicada al cultivo de Ruscus ubicada en la parroquia de Checa al oriente del Distrito Metropolitano de Quito, cuenta con 10.000 metros cuadrados de cultivo, donde se cosechan aproximadamente 25.000 tallos semanales y en temporadas altas: Valentín Day y Mothers Day, la cosecha llega a ser de aproximadamente 45.000 tallos semanales durante las cuatro semanas que dura el despacho para estas fiestas. Cuenta en la actualidad con ocho empleados y su producción ya está comprometida en el mercado, el 20% de su producto es exportado a Rusia y lo demás ya está colocado en órdenes fijas en florícolas bouqueteras y comercializadoras del mismo sector.

Por eso lo que se busca con la creación de la asociación es unir a los pequeños productores y formar un grupo que les permita conseguir una representación fuerte en el mercado y poder ofrecer al sector bouquetero de Cayambe las cantidades requeridas del producto durante todo el año.

2.4.4 Capacidad instalada de la asociación

Para determinar la capacidad instalada se toma el dato de la productividad mensual obtenida por metro cuadrado de cultivo y de los productores mencionados anteriormente, excluyendo la finca Florvalsa quien no haría parte de la asociación por tener toda su producción comprometida, se tiene:

Datos: Productividad por plántula mensual es del 90%

Se cultivan 15 plántulas por m^2

Por lo tanto, 15 x 0,9 = 13,5 tallos por m^2

Esta información es proporcionada por el Ing. Julio Cesar Auz a través de su experiencia obtenida en el cultivo de Ruscus.

A continuación se presenta un Cuadro que muestra la capacidad instalada que tendría la asociacion Greens Ecuador, tomando en cuenta el área cultivada de cada interesado en crear esta institución:

Tabla 10. Capacidad instalada actual de la asociación Greens Ecuador

FINCA	SECTOR	AREA CULTIVADA M2	PRODUCCIÓN MENSUAL (Tallos)	CAPACIDAD INSTALADA ANUAL (Tallos)
DARÍO VILLA	GUAYLLA	450	6.075	72.900
ESTEBAN GUERRERO	YARUQUI	400	5.400	64.800
FRANCISCO MAISINCHO	YARUQUI	800	10.800	129.600
JULIO AUZ	GUAYLLA	900	12.150	145.800
LOS NOGALES	GUAYLLA	450	6.075	72.900
LUIS QUINCHIGUANGO	GUAYLLA	500	6.750	81.000
MARCO GUASPUD	CHECA	450	6.075	72.900
RODRIGO BOADA	GUAYLLA	4.400	59.400	712.800
ROLAND FLOR	CHECA	600	8.100	97.200
RÓMULO CAICEDO	CHECA	400	5.400	64.800
TOTALES		**9.350**	**126.225**	**1.514.700**

Nota**:** Capacidad instalada. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

La asociación estaría conformada inicialmente por 10 asociados que representarían un total de 9.350 m^2 de cultivo con una capacidad instalada de 1.514.700 tallos por año.

2.5 Demanda insatisfecha

Se tiene que la demanda insatisfecha es la diferencia entre la demanda y la oferta del mercado, por eso de acuerdo a las proyecciones realizadas anteriormente tanto de la demanda como de la oferta de Ruscus en el mercado objetivo, se tiene:

Tabla 11. Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	3.475.944	248.282	3.227.662
2016	3.648.003	260.572	3.387.432
2017	3.828.579	273.470	3.555.109
2018	4.018.094	287.007	3.731.087
2019	4.216.990	301.214	3.915.776

Nota**:** Demanda insatisfecha. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

La demanda que será captada por el proyecto según su capacidad instalada será:

Tabla 12. Demanda cautiva

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	RELATIVIDAD	IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
2015	3.227.662	1.514.700	46,93%	70%	1.060.290
2016	3.387.432	1.514.700	44,72%	80%	1.211.760
2017	3.555.109	1.514.700	42,61%	90%	1.363.230
2018	3.731.087	1.514.700	40,60%	100%	1.514.700
2019	3.915.776	1.514.700	38,68%	100%	1.514.700

Nota**:** Demanda cautiva. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

El proyecto lograría tener su área de producción trabajando al 100% a partir del cuarto año de gestión.

2.6 Análisis de precios

Como referencia a la publicación del Ing. Eduardo Prócel en el documento "Fundamento de la Mercadotecnia", se menciona el establecimiento de políticas de precios tomando en cuenta tres aspectos fundamentales:

a) Flexibilidad
b) Nivel
c) Ciclo de vida del producto

Con el estudio de mercado realizado se determina que la política de precios que se dirige al producto de esta investigación está basado el aspecto de la flexibilidad dentro de la denominada:

- ***De un solo precio***: Que significa que en cualquier lugar o cualquiera sea el cliente el precio del producto no variará. No aplicamos la política de precios variables ya que esta esta política permite que los precios varíen de acuerdo al grado de dificultad para llegar al cliente o de acuerdo al regateo en la negociación, característica que va en contra de lo que pretende la asociación Green´s Ecuador.

2.6.1 Determinación del precio de mercado

Para la determinación del precio de mercado se recopiló información primaria a cada uno de los productores de Ruscus para saber el precio de venta por tallo según las medidas, obteniendo los siguientes datos:

Tabla 13. Precio de venta por tallo de Ruscus

40 cm	De Usd $ 0,10 a USD$ 0,13
50 cm	De Usd$ 0.14 a Usd$ 0.17
60 cm	De Usd$ 0.18 a Usd$ 0.21

Nota**:** Precio de venta por tallo de Ruscus. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

Siendo estos valores variables según la demanda y la temporada que presenten, ya que los productores no tienen políticas de precios ni estudios que les indique cual es el precio óptimo de venta sino que toman decisiones sin respaldo y dependiendo de la tendencia en el mercado llegando como lo menciona la Sra. Mery Morales propietaria de la plantación Los Nogales, a "prostituir" el producto.

Adicional, y tomando en cuenta los valores proporcionados por los productores se elaboró la pregunta No. 9 para aplicar a las fincas florícolas del segmento seleccionado como mercado objetivo y poderles consultar sobre el precio que estarían dispuestos a pagar por cada tallo de Ruscus según las diferentes medidas requeridas y el resultado es:

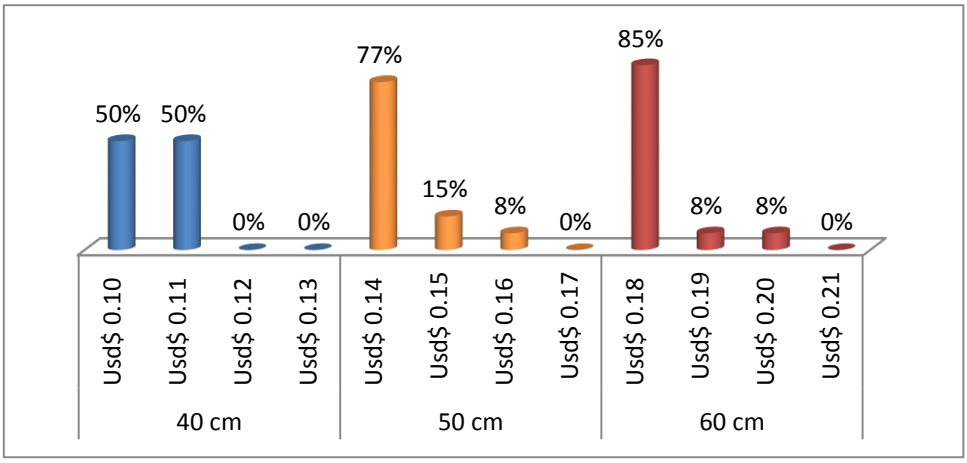


Figura17. Análisis de precios
Fuente: Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

Como es evidente las florícolas tienen la tendencia de pagar el menor precio de venta propuesto, estos valores son referenciales pues el precio real se determinará después del análisis financiero respectivo.

2.6.2 Margen de utilidad

Calcula el porcentaje de cada dólar de venta que queda después de deducir todos los gastos y costos, incluyendo los intereses e impuestos. Se usa comúnmente para medir el éxito de la empresa en relación con las utilidades sobre las ventas. Cuanto mejor sea mejor.

El margen de utilidad que se prevé obtener en el presente proyecto es de un 20% como mínimo en concepto de ventas por tallo, valor acordado por los asociados.

2.7 Marketing mix

Con el marketing mix se puede definir una oportuna y correcta estrategia comercial dado que esta tendrá una incidencia directa en los estados financieros de la empresa en cuanto a sus ingresos y egresos.

2.7.1 Productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que pueden desplazar a otros, sin ser exactamente iguales, pero que ofrecen al consumidor un producto equivalente.

Se considera como producto sustituto a la variedad de verdes que se encuentran en el mercado y que también son utilizados para la elaboración de bouquets como son: el liligras, eucalipto baby blue, eucalipto silverdollar, helecho cuero y croton.

2.7.2 Poder negociador de los proveedores

Los proveedores compiten entre sí para lograr mejores condiciones de venta con sus clientes, tales como precios, servicios y calidad. De esta manera las políticas de venta y crédito de los proveedores inciden de manera directa dentro del marco de competitividad de la asociación.

Para la producción del Ruscus la asociación debe trabajar de la mano de los proveedores de insumos necesarios para el óptimo desarrollo de las actividades tanto productivas de los asociados como de las actividades administrativas de la asociación siendo esta unas de las ventajas para los asociados al obtener sus insumos a menores costos.

2.7.3 Análisis FODA

Fortalezas

- Bajos costos de producción.
- Ubicación geográfica, por estar localizado en el trópico.
- Recursos hídricos: Las Fincas cuentan con buena cantidad de agua en las zonas de producción de Ruscus todo el año.
- Cultivos ubicados en lugares que cuentan con carreteras de primer orden.
- Conocimiento del mercado objetivo.

Amenazas

- Producción existente de otros tipos de follajes para la producción de bouquets.
- Exigencias por organismos de control no acordes a las características del producto.

- Ser un producto intermedio que depende de la exportación de bouquets.
- Variaciones muy pronunciadas en los cambios climáticos (demasiada lluvia o demasiado sol).
- Posible crisis Internacional con efectos de recesión económica.

Debilidades

- Poco conocimiento técnico del cultivo a nivel nacional.
- Falta de normas estandarizadas de calidad específicas para este tipo de producto.
- Los productores no cuentan con la infraestructura para el respectivo acopio y almacenamiento.
- Escasa disponibilidad de recursos.
- Inexistente control de volúmenes de producción por área

Oportunidades

- Actividad reciente con muy buena aceptación en las florícolas.
- Alianzas para acortar el proceso de distribución.
- Subsidios y préstamos a bajo costo para nuevos proyectos.
- Desconfianza entre comercializadoras y florícolas.
- Débiles procesos de asociatividad.

2.7.3.1 Matriz de evaluación de los factores externos (EFE)

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y valuar información importante para la toma de decisiones y definir el estado de la empresa.

Tabla 14. Calificación matriz EFE

	Calificación
Respuesta Mala	1
Respuesta Media	2
Respuesta Superior a la Media	3
Respuesta Superior	4

Se encuentra entre:	**PESO**
No importante	0,00
Absolutamente Importante	1,00

Nota**:** Calificación matriz EFE. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

El peso ponderado de las oportunidades es de 1,36 y está por encima del peso ponderado total de las amenazas que es de 1,15, lo que nos demuestra que las condiciones para la creación de la asociación es favorable, además el valor ponderado total es 2,51, y supera la calificación promedio del 2,5, lo que significa que las estrategias de la asociación deben ser aprovechadas de manera eficaz optimizando las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas.

Tabla 15. Matriz EFE

OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
1. Actividad reciente con muy buena aceptación en las florícolas.	0,15	3	0,45
2. Alianzas para acortar el proceso de distribución.	0,1	3	0,3
3. Subsidios y préstamos a bajo costo para nuevos proyectos	0,05	2	0,1
4. Desconfianza entre comercializadoras y cultivadores.	0,03	1	0,03
5. Débiles procesos de asociatividad	0,12	4	0,48
SUBTOTAL	**0,45**		**1,36**
AMENAZAS			
1. Producción existente de otros tipos de follajes para la producción de boquetes	0,12	2	0,24
2. Exigencias por organismos de control no acordes a las características del producto	0,18	2	0,36
3. Ser un producto intermedio que depende de la exportación de boquetes	0,06	1	0,06
4. Variaciones muy pronunciadas en los cambios climáticos (demasiada lluvia o demasiado sol)	0,15	3	0,45
5. Posible crisis Internacional con efectos de recesión económica.	0,04	1	0,04
SUBTOTAL	**0,55**		**1,15**
TOTAL	**1**		**2,51**

Nota**:** Matriz EFE. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

2.7.3.2 Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)

Tabla 16.Matriz EFI

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
1. Bajos costos de producción.	0,15	4	0,6
2. Ubicación geográfica. Por estar localizado en el trópico	0,10	3	0,3
3. Recursos hídricos. Las Fincas cuenta con buena cantidad de agua en las zonas de producción de Ruscus todo el año	0,10	4	0,4
4. Cultivos cerca de las áreas de transporte	0,08	3	0,24
5. Conocimiento del mercado objetivo.	0,08	3	0,24
SUBTOTAL	**0,51**		**1,78**
DEBILIDADES			
1. Poco Conocimiento Técnico del cultivo a nivel Nacional	0,10	2	0,2
2. Falta de normas estandarizadas de calidad específicas para este tipo de producto	0,15	2	0,3
3. Los productores no cuentan con la infraestructura para el respectivo acopio y almacenamiento.	0,05	2	0,1
4. Escasa disponibilidad de recursos	0,15	1	0,15
5. Inexistente control de volúmenes de producción por área	0,04	1	0,04
SUBTOTAL	**0,49**		**0,79**
TOTAL	**1**		**2,57**

Nota**:** Matriz EFI. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

Tabla 17. Calificación matriz EFI

	Calificación
Debilidad Mayor	1
Debilidad Menor	2
Fuerza Menor	3
Fuerza Mayor	4

Se encuentra entre:	**PESO**
No importante	0,00
Absolutamente Importante	1,00

Nota**:** Calificación matriz EFI. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

Según el análisis propuesto la asociación se encaminaría eficientemente puesto que se provecha en más del 75% sus fortalezas para competir en el mercado, aun cuando las debilidades con las que cuenta son de importante consideración, pueden ser trabajadas en conjunto ya que la asociación solucionaría de forma directa los problemas actuales de los productores.

2.7.4 Estrategias de producto

Se conoce como producto a todo aquello tangible e intangible que se ofrece en un mercado para su adquisición, uso, consumo con el objetivo de satisfacer una necesidad o deseo.

El Ruscus es un producto aparentemente nuevo en el mercado ya que no es conocido a través comercialización alguna sino entre el mercado interno del sector, razón por la cual es de suma importancia que los clientes, consumidores y sobretodo sus productores conozcan de las características, atributos, beneficios que este insumo posee.

2.7.4.1 Presentación y empaque

El Ruscus será entregado en ramos de 20 tallos de la misma medida, ya sean 40cm, 50 cm, o 60cm; lavados y amarrados por una liga de caucho de tipo sortija.

Ramo de 20 tallos

Figura 18. Presentación del producto
Fuente: Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

Los tallos se ponen en agua preparada con Hidraflor (solución hidratante) antes de ser empacados para que no sufran deshidratación. Luego estos ramos se empacan en bandejas plásticas que dependerán de la cantidad requerida por la finca, en cada bandeja se colocarán máximo 500 tallos, es decir, 25 ramos de 20 tallos cada uno. Estas condiciones pueden variar según pedido del comprador.

Empaque

Figura 19. Empaque
Fuente: Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

2.7.4.2 Marca

La marca del producto será **GREENS ECUADOR,** este nombre hace referencia al producto que se va a ofertar, pues el Ruscus es también llamado en las florícolas como “verde” para realizar arreglos florales.

Como el producto objetivo de este proyecto es un bien de consumo intermedio porque las fincas florícolas lo compran para ser parte del producto terminado (bouquet), la marca siempre irá acompañada por un logotipo que identifique el bien y que será utilizado para la logística empresarial.

2.7.4.3 Isotipo y logotipo

Se ha decidido poner como logo una planta de Ruscus donde se vea claramente la forma del producto, resaltando su color verde intenso y la idea de que el nombre de la asociación sobresalga con letras verdes da señal de que es un producto orgánico, libre de químicos de sello rojo.

Isotipo y logotipo

Figura 20. Isotipo y logotipo
Fuente: Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

2.7.5 Estrategias de precio

El precio representa la relación con los costos asociados al producto en cuanto al tipo de producto y el tamaño del mismo, además la consideración de los beneficios y la satisfacción del cliente y que éste estará dispuesto a pagar, donde se procura devolver el dinero invertido en la producción, tecnificación y demás procesos hasta la entrega el bien.

Algunas de las estrategias para la fijación del precio serán:

- Reducir el mínimo del costo del producto, para que de esta manera podamos proponer un precio justo y tanto el asociado como cliente no se sientan perjudicados.
- Fijar el precio del tallo considerando aspectos micro y macroeconómicos como la inflación y temporadas festivas de consumismo, donde uno de los principales productos de comercialización sean las rosas debido a la elaboración de bouquets; esto con el objetivo de estandarizar precios en el mercado.
- Fijar un porcentaje de utilidad mínimo del 20% en el precio del producto donde nos permita cubrir con los costos y poder competir en el mercado, donde el volumen de ventas sea el que nos dé el resultado de la máxima ganancia.

2.7.6 Estrategias de promoción

En esta estrategia encontramos la mezcla promocional que es la combinación de la venta personal, publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas, donde el administrador de la asociación sería el responsable de ejecutar estas funciones mediante:

- Presentación de nuestro producto en redes sociales.
- Participar regularmente en los eventos (ferias) o ruedas de negocios que se realizan anualmente en cada mercado.

- Elaboración de una página Web, donde el cliente pueda realizar sus pedidos on-line, además de poder visualizar los productos que ofrece la asociación.
- Utilizar la publicidad boca a boca entre las florícolas bouqueteras de Cayambe, transmitiendo el mensaje social de la asociación.

2.7.7 Estrategias de plaza

La estrategia de distribución del producto que manejará la asociación será la distribución exclusiva, pretendiendo que ella sea la que reciba los derechos exclusivos de vender la marca y sus asociados se comprometan a entregar la totalidad de su producto a la misma, con lo que se potencia la imagen de la marca y permite fijar márgenes más amplios.

Adicional como se detalló en el estudio de las encuestas, el interés de las florícolas es que llegue el producto directamente a sus instalaciones, por lo que la asociación será la encargada de cumplir con este requerimiento, realizando un pago mensual fijo por gasto de flete.

Las fincas productores de Ruscus entregarán semanalmente en el centro de acopio su manufactura en días asignados previamente, y Greens Ecuador distribuirá a las florícolas la orden solicitada.

Canales de Distribución

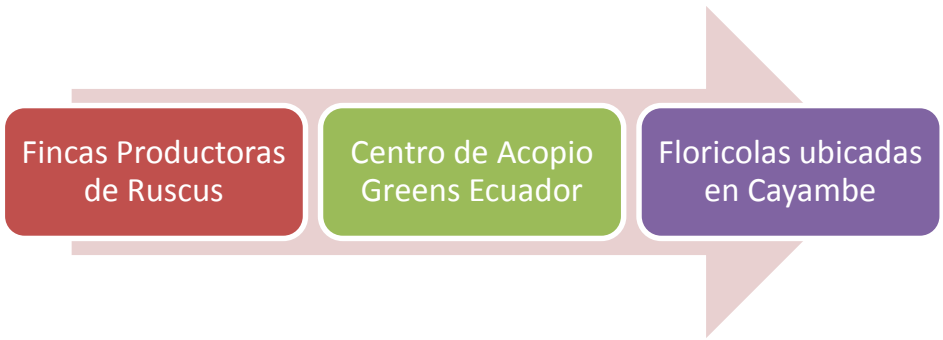


Figura 21. Distribución directa
Fuente: Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

CAPÍTULO 3
ESTUDIO TÉCNICO

Se refiera a la participación de la ingeniería en el estudio de las fases de planificación, instalación e inicio de la operación, a través del análisis y determinación del tamaño, localización e instalación de la asociación; así como de los equipos necesarios y requeridos para realizar el proyecto en cuestión, tomando siempre en cuenta la utilización óptima de recursos, con el fin de disminuir costos y tiempo.

3.1 Localización

3.1.1 Macrolocalización

Permite identificar el sector, región, provincia o área geográfica, donde va a estar ubicada las instalaciones de la empresa, para ello se considera importante la reducción de costos.

Los lugares previos que se han tomado en cuenta para la localización son las tres parroquias donde se cultiva el Ruscus, es decir Guayllabamba, Yaruquí y Checa esto en virtud de que la asociación quiere instalar la planta en un punto central entre los productores para facilitar el acopio del producto; y los compradores en Cayambe: para facilitar la distribución del mismo; situación que le permitiría tener mayor contacto de sus clientes tanto internos como externos.

A continuación se presenta la Matriz Cualitativa por puntos que consiste en asignar factores o valores cuantitativos a una serie de aspectos que se consideran relevantes para la localización.

Tabla 18. Matriz cualitativa por puntos

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	GUAYLLABAMBA		YARUQUI		CHECA	
		CALIF	CALIFIC. PONDERADA	CALIF	CALIFIC. PONDERADA	CALIF	CALIFIC. PONDERADA
Cercanía al mercado	0,32	9	2,88	6	1,92	7	2,24
Infraestructura	0,20	8	1,6	7	1,4	7	1,4
Costo de insumos	0,18	8	1,44	8	1,44	8	1,44
Cercanía a los asociados	0,18	7	1,26	7	1,26	7	1,26
Transporte y carreteras	0,12	9	1,08	8	0,96	8	0,96
TOTAL	1		**8,26**		**6,98**		**7,3**

Nota**:** Matriz cualitativa por puntos para la macrolocalización. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

3.1.1.1 Croquis de localización

Croquis Satelital de la Macrolocalización

Figura 22. Croquis de macrolocalización
Fuente: Google Maps, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

3.1.1.2 Factores de localización

A continuación se detallan los factores expuestos como variables en la determinación de la macro localización:

- Cercanía al mercado y costo de los insumos: El mercado potencial de la asociación está ubicado en la ciudad de Cayambe y el centro de acopio y oficinas de la asociación se establecerán a 25 km de la ciudad de Quito en la parroquia de Guayllabamba para minimizar el costo de transporte y tiempos de entrega tanto del producto como de los insumos.

- Acceso a transporte y carretas de primer orden e Infraestructura: Se contará con una extensión de terreno de 100 m^2 para la construcción del centro de acopio y las oficinas de la asociación, donde se podrá disponer de todos los servicios básicos como son agua potable, luz eléctrica, servicio telefónico y agua de riego. Es importante mencionar que la planta estaría ubicada a 7 minutos del centro del pueblo y a 10 minutos de la Panamericana Norte contando con carreteras de primer orden.

- Cercanía a los asociados: Con la instalación del centro de acopio en Guayllabamba se puede tener una disminución en los costos de transporte por encontrarse este en el punto central entre los productores y los compradores. Se puede optimizar los recursos llegando a este punto de acopio y de ahí realizar la distribución en Cayambe en función de las distancias que se deben recorrer.

3.1.2 Microlocalización

Permite seleccionar el lugar donde va a estar instalado el centro de acopio de la asociación, siendo este lugar el que permita cumplir los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir el mínimo costo unitario.

Una vez realizado el análisis de la Matriz Cualitativa Por Puntos se determina que la localización óptima es ubicar las instalaciones del centro de acopio de la asociación "GREENS ECUADOR" en la parroquia de Guayllabamba en el sector los Duques.

Tabla 19. Matriz cualitativa por puntos

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	GUAYLLABAMBA			
		EL MOLINO		LOS DUQUES	
		CALIF.	CALIFIC. PONDERADA	CALIF.	CALIFIC. PONDERADA
Cercanía al mercado	0,32	7	2,24	8	2,56
Infraestructura	0,20	5	1,00	9	1,80
Costo de insumos	0,18	6	1,08	6	1,08
Cercanía a los socios	0,18	8	1,44	7	1,26
Transporte y carreteras	0,12	9	1,08	9	1,08
TOTAL	1		6,84		**7,78**

Nota**:** Matriz cualitativa por puntos para la microlocalización. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

3.1.2.1 Croquis de localización

Croquis de Microlocalización de Greens Ecuador

Figura 23. Microlocalización
Fuente: Google Maps, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

3.2 Tamaño de la producción

Es necesario mencionar que no se llega a explotar la capacidad productiva en su totalidad sino hasta el cuarto año de implementacion del proyecto.

Tabla 20. Capacidad de producción

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA (en tallos)	%	ANUAL	MENSUAL	SEMANAL
2015	1.514.700	70%	1.060.290	88.358	22.089
2016	1.514.700	80%	1.211.760	100.980	25.245
2017	1.514.700	90%	1.363.230	113.603	28.401
2018	1.514.700	100%	1.514.700	126.225	31.556
2019	1.514.700	100%	1.514.700	126.225	31.556

Nota**:** Capacidad productiva de la asociación. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

Para el primer año se inciaría actividades utilizando el 70% de la capacidad instalada, 80% y 90% respectivamente para los siguientes años hasta llegar al 100% de la producción que pueden generar los productores de Ruscus de acuerdo a sus extensiones de terreno cultivadas y al nivel de productividad establecido para la cosecha que es de 13.5 tallos de Ruscus por m^2.

3.2.1 Distribución de la planta

Una vez que se escogió la localidad de Guayllabamba para la implementación del proyecto a través de la aplicación de la matriz cualitativa por puntos por ser la que brinda mayores beneficios para su desarrollo, se busca obtener una óptima distribución de la planta teniendo en cuenta ciertos parámetros que permiten ser más eficientes en el uso de los espacios físicos y la seguridad de los trabajadores.

Como se mencionó anteriormente las dimensiones de la planta será de 100 m^2 distribuido en el área administrativa, la zona de clasificación y empaque, zona de distribución y embarque, y una bodega. Se realizará un contrato de arrendamiento por el terreno donde se construirá el centro de acopio por un periodo de 10 años con un valor inicial de $600 dólares americanos ($50.00 mensuales) y cada año se incrementará en base a la tasa de inflación anual.

Para la construcción se contratará los servicios del ingeniero Fernando Quinchiguango firmando un contrato de llave en mano donde se compromete a entregar la obra terminada en 30 días plazo con un precio fijado de $9.000 dólares americanos.

3.3 Proceso productivo

3.3.1 Flujo del proceso de empaque y distribución del producto

En el centro de acopio de la asociación se espera recibir y procesar aproximadamente 4.418 tallos diarios, donde los días establecidos para la recepción del producto será los Lunes, Miércoles y Viernes; lo que permitirá tener siempre producto en stock y permite coordinar los tiempos de entrega con las florícolas. A continuación se presenta el proceso que será aplicado para la recepción y distribución del producto:

1. Como se mencionó anteriormente, los días lunes, miércoles y viernes se establecen para recibir el producto hasta el mediodía lavado y en cajas plásticas, donde se debe llenar y firmar una ficha de registro del producto, especificando el nombre del productor, la cantidad de tallos entregados, quien entrega y quien recibe.

2. Se pasa a la fase de clasificación del producto, etapa en la que se separan los tallos por medidas, es decir en 40cm, 50cm o 60 cm y se verifica que los tallos no estén dañados, partidos o quemados.

3. Se arman bonches de 20 tallos de la misma medida.

4. En tinas plásticas se debe disolver en agua la solución hidratante Hidraflor y proceder a introducir los bonches en forma vertical durante 2 horas.

5. Una vez que paso el tiempo de hidratación, los ramos están listos para ser separados por pedidos y se empacados en las bandejas plásticas según las cantidades a entregar.

6. Cuando están identificados los pedidos se apilan por órdenes de entrega en pallets en el área de almacenamiento a temperatura ambiente, listos para ser entregados al día siguiente.

7. Se realiza el proceso de facturación correspondiente, según la negociación que se tenga con el cliente.

8. Las órdenes de entrega son embarcadas en el transporte y de igual forma se debe llenar una hoja de registro del producto que sale de la planta, indicando el destino y la cantidad a ser entregada.

9. Por último se entrega el producto en la florícola con una nota de entrega para la posterior elaboración de la factura.

Simbología del Diagrama de Flujo

Figura 24. Simbología del diagrama de flujo
Fuente: Guía de Gestión de Procesos, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

Flujograma de procesos

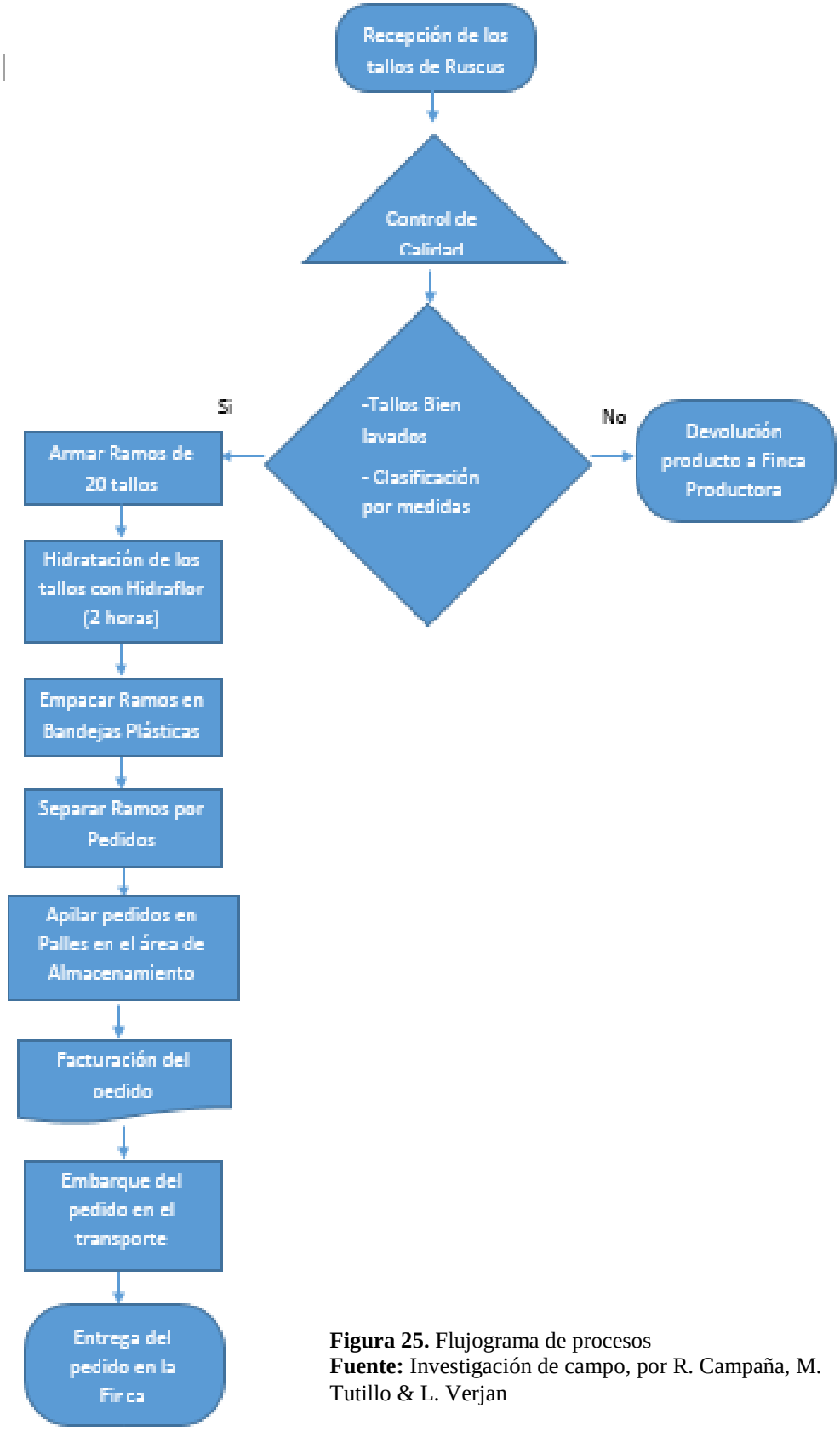


Figura 25. Flujograma de procesos
Fuente: Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

3.3.2 Cadena de valor

A continuación se presenta la cadena de valor de la empresa Greens Ecuador, donde se describe el desarrollo de las actividades empresariales que generan valor al cliente final.

Esquema de la Cadena Productiva

ACTIVIDADES DE SOPORTE

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA
Área de desembarque, Área de control de calidad, Área de empaque, Área de distribución y almacenamiento, Bodega, Departamento administrativo.
GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Reclutar una persona externa para el área de producción y un asociado que sea el administrador, deben ser personas que tienen gran conocimiento del producto. Se cancelará el sueldo el 30 de cada mes y se capacitarán en el manejo de productos verdes.
DESARROLLO DE TECNOLOGÍA
Mejorar procesos de producción de los asociados, mantener una constante investigación de mercado e invertir en sistemas de control y gestión administrativa.

ACTIVIDADES PRIMARIAS

COMPRAS				
Establecer políticas de compras, mejorar las relaciones con los proveedores de productos orgánicos y contratar servicios de especialistas para el asesoramiento de los asociados en temas relacionados con el producto.				
LOGÍSTICA INTERNA	**OPERACIONES**	**LOGÍSTICA EXTERNA**	**COMERCIAL Y MERCADEO**	**SERVICIOS**
Desembar-que, y acomodo del Ruscus. Recepción y registro de información	Control de calidad y muestreo para confirmar medidas. Procesamien-to y empaque de los tallos.	Procesa-miento de pedidos. Distribución a florícolas. Logística de transporte y envío.	Gestión de clientes. Implemen-tación de la página web de la asociación.	Recepción de sugerencias y quejas tanto de clientes como de los asociados.

Figura 26. Cadena de valor
Fuente: Cadena de valor de Michael Porter, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

3.4 Ingeniería del proyecto

Para el eco. Edilberto Meneses (2004) la ingeniería de procesos se centra en los aspectos de compras, construcción, montaje y puesta en marcha de los activos fijos y diferidos asociados a los mismos, que permitan la operación de la empresa para elaborar los productos o la prestación de servicios.

3.4.1 Descripción de la planta

El área total del centro de acopio de GREENS ECUADOR será de 100 m^2, distribuidos de la siguiente manera:

a) **Área de desembarque:** Tiene un área de 30 m^2, en este departamento se recibe y controla la cantidad de tallos entregados por cada asociado según las ordenes establecidas con anterioridad y confirmando que se entreguen lavados.

b) **Área de clasificación:** Es un área de 6 m^2, donde se revisará que los tallos de Ruscus estén en óptimas condiciones, es decir, estén en su punto de corte, sin señales de deshidratación o envejecimiento, hojas sanas y que estén separados correctamente según las medidas requeridas.

c) **Área de empaque:** Corresponde a un área de 8 m^2, lugar donde se realiza el proceso hidratación de los tallos durante dos horas, luego de este tiempo los ramos están listos para ser separados por pedidos y se empacados en bandejas plásticas según las cantidades a entregar, de no existir un pedido especial se hará como se estableció en la descripción del producto, es decir en ramos de 20 tallos de Ruscus.

d) **Área de distribución y almacenamiento:** Con un área de 30 m^2, donde se ubicarán las ordenes listas para despachar a las florícolas según los pedidos, el producto ya deberá estar debidamente empacado e hidratado.

e) **Bodega:** Tiene un área de 20 m^2, donde se guardará las herramientas de la empresa, los productos órganicos que se utilizan para hidratar los tallos, y los insumos que se compren para distribuir a los productores de Ruscus.

f) **Departamento administrativo:** Es una oficina de 20 m^2, donde se ubicará el área de administración, ventas y finanzas de la asociación, lugar que les permitirá realizar las asambleas que seán necesarias y estipule la ley para este tipo de asociaciones de economía popular y solidaria.

El centro de acopio estará distribuido en un área de desembarque, un área de clasificación y empaque, bodega, departamento administrativo, área de almacenamiento y distribución, a continuación se muestra la la distribucion:

Planos de la empresa Greens Ecuador

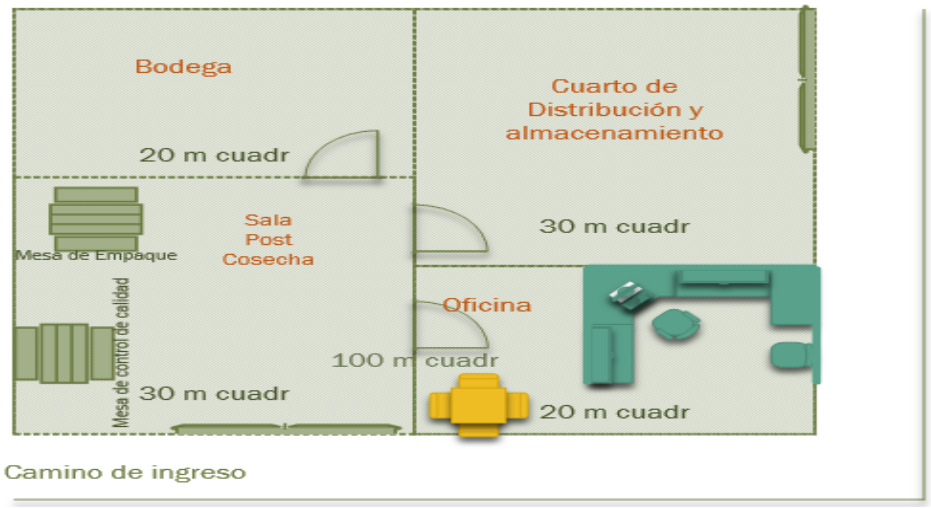


Figura 27. Descripción de la planta
Fuente: Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

3.4.2 Maquinaria y equipo

Para realizar el proceso de distribución y comercialización del Ruscus y como se ha mencionado anteriormente, los productores de este verde deben llevar los tallos al centro de acopio de la asociación lavados, ahí se continuará con el proceso de clasificación del producto y empaque según las especificaciones requeridas por las florícolas para su correspondiente entrega, para lo cual no se requiere de mayor maquinaria y equipo más que un medidor de PH para bajar la dureza del agua pues debe ser igual o menor de 7.

Medidor de PH

Figura 28. Equipo requerido
Fuente: Vernaza Grafic S.A., por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

Descripción

MEDIDOR DE PH PCE-PH20S

- Resistente al agua (IP 67)
- Electrodo externo especial con cable
- Desconexión automática
- Alta precisión
- Función Data-Hold
- Pantalla digital de fácil lectura

3.4.3 Costo e inversión del proyecto

Tabla 21. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO				
Concepto	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**	**Proveedor**
Medidor de PH de agua	1	369,96	369,96	Vernaza Gráfic
TOTAL			369,96	

Nota**:** Equipo necesario en el proceso productivo. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

Tabla 22. Lista de proveedores

PROVEEDORES		
Empresa	**Dirección**	**Teléfono**
TACC CIA LTDA	Antonio de Ulloa N33-08 y Av. Atahualpa	2522244 – 0998042644
VERNAZA GRAFIC	Avenida Universitaria OE5-254 y Armero	2504863 – 2505764

Nota**:** Proveedores del equipo necesario en el proceso productivo. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

A continuación se detallan los insumos necesarios para el proceso productivo de la asociación:

Tabla 23. Materiales e insumos

MATERIALES E INSUMOS				
Concepto	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**	**Proveedor**
Estiletes	4	2,50	10,00	AMC
Fundas de ligas	2	8,50	17,00	AMC
Hidratante litro	2	3,00	6,00	HTP
Cloro litro	2	1,25	2,50	Ecuaquímica
Manguera 10 mts½	1	0,84	8,40	Megakywi
Tanque de agua de 250 lt.	1	57,00	57,00	Megakywi
Tijeras de podar	4	45,00	180,00	El Floricultor
Tinas plásticas	20	12,00	240,00	Pycca
Bandejas	20	8,00	160,00	Pycca
TOTAL			680,90	

Nota**:** Materiales e insumos necesarios en el proceso productivo. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Tabla 24. Equipo de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Computador de escritorio	1	658,99	658,99	Computron
Impresora	1	89,00	89,00	Computron
TOTAL			747,99	

Nota**:** Equipo de computación. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Tabla 25. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES				
Escritorio de oficina	1	182,95	182,95	Multioficinas
Mesa de reuniones 1,5 x ,9	1	258,00	258,00	Multioficinas
Sillas de oficina	10	60,91	609,10	Multioficinas
Estantería metálica	4	117,60	470,40	Don Bosco
Extintor de incendios de 10 lb.	2	52,08	104,16	Eqyse
Mesa metálica 1.5 x 1 mt	2	98,00	196,00	El Labrador
TOTAL			1.820,61	

Nota**:** Muebles y enseres. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

3.4.4 Impacto ambiental

La evaluación del impacto ambiental surge en el fin de los años 60 en Estados Unidos con el nombre de “environmental impact assessment” (E.I.A.) El EIA introduce las primeras formas de control de las interacciones de las intervenciones humanas con el ambiente (ya sea en forma directa o indirecta), mediante instrumentos y procedimientos dirigidos a prever y evaluar las consecuencias de determinadas intervenciones. Todo esto con la intención de reducir, mitigar, corregir y compensar los impactos. (Brundtland, 2007)

En esta década todos los temas relacionados a evaluación y mitigación de impactos ambientales a tomado repunte en nuestro país a tal punto que encontramos empresas y negocios que tienen sello verde, esto implica que sus actividades comerciales están enfocados al 100% en materia de reciclaje y manejo integral de desechos sólidos.

De acuerdo a las categorías existentes de impactos ambientales, se detalla minuciosamente cada uno de los pasos del proceso a llevarse a cabo para ejecutar el accionar de la asociación Greens Ecuador:

Uno de los impactos que nuestra actividad provoca, es la emisión de gases de CO2 del trasporte que se utilizara para trasportar el Ruscus desde las pequeñas fincas productoras hacia las florícolas. Este impacto está ubicado en categoría III que quiere decir que es un impacto ambiental negativo moderado, el cual se mitiga de una manera automática al trabajar con fincas en las cuales encontramos gran cantidad de árboles, los cuales nos ayudan a trasformar el Co2 de bajo octanaje emitido por el automotor a diésel que a parte se encuentra por debajo de los niveles de contaminación de los motores a gasolina en aire puro. El Costo de mitigación $0.00 ya que es mitigación natural.

Debido a que nuestro producto es entregado sin embalaje que proteja el desprendimiento de las hojas, cada entrega genera una mínima cantidad de desecho orgánico, esta acción está calificada como impacto ambiental de categoría I considerada como beneficioso al ambiente puesto que el este desperdicio será

recogido en embaces plásticos proporcionados por la empresa recicladora a la cual entregaremos el material y se lo reutilizara como abono biodegradable, humus o compost previo tratamiento dado por dicha empresa.

Además de estos impactos como una empresa consiente del daño que causamos al ambiente y al planeta con los procesos de administración y operación se trabajara con un proyecto de reciclaje y manejo de desechos sólidos mediante el cual direccionaremos los desechos de papel, cartón y plásticos generados hacia un manejo integral de los mismos a través de un convenio con la empresa Grupo Recyclo en su calidad de gestora ambiental, esta acción se toma según lo estipulado por la norma ISO 14000 ya que una de las herramientas estratégicas para mejorar la imagen empresarial frente la comunidad es el reciclaje de materiales, para lo cual se colocara en el interior del centro de acopio y oficinas 3 grupos de recipientes que se identificaran con un color y un dibujo cada uno para la deposición de material apto para reciclar, estos tachos tiene un costo en el mercado de $10.00 cada uno, pero gracias al convenio que se realizara con Grupo Recyclo, estos recipientes serán entregados gratuitamente a cambio de la entrega del material.

Otra gestión que realizaremos en calidad de responsabilidad social con nuestros proveedores y socios, es impartir charlas de concientización ambiental y buen manejo de suelos, fertilizantes y otros contaminantes químicos que pueden afectar al ambiente y al ser humano, la charlas serán impartidas por profesionales expertos, priorizando el cuidado al medio ambiente.

Matriz de Leopold

					ACCIONES											
					FASE DE CONSTRUCCION											
					MOVILIZACION Y DESMOVILIZACION	INSTALACIONES	ACCESO	ADECUACION DE SENDERO PEATONAL	TRANSPORTE DE EQUIPO	BLOQUES SUELTOS ESCAVACION DE	RESPRESAMIENTO ACOMODO ENROCADO	ESTRUCTURA DE DESCARGA	ACONDICIONAMIEN TO DE CAUCE	ELIMINACION MATERIAL DE RECOSO	PROMEDIOS	PROMEDIOS	PROMEDIOS
FACTORES AMBIENTALES	MEDIO	FISICO	AIRE	MATERIAL PARTICULAR	-6/4	-4/2	-5/3		-8/7	-7/7		-6/7	-5/4	0	7	-214
				RUIDO	-5/3	-5/3	-5/4	-5/3	-8/5	-6/5	-6/4	-5/5	-5/6	0	9	-214
			SUELO	EROSION	-4/3	-4/4	-2/2		-7/5					0	4	-63
				INESTABILIDAD	-4/3	-4/4	-7/5							0	3	-39
				SEDIMENTACION						-6/6		-5/4		0	2	-56
				COMPACTACION	-3/2	-3/3	-2/2	-3/3				6/3	-2/2	1	6	-14
				REMOSION DE TIERRA	-6/5	-7/5	-5/4		-8/6			-4/3	-5/3	0	6	-160
			AGUA	INUNDACION					-7/4					0	1	-28
				CALIDAD DE AGUA					-6/4	-7/6		-2/2		0	3	-70
				REGIMEN FLUVIAL					-6/5					0	1	-30
				VARIACION DEL FLUJO					-5/3					0	1	-15
				VIDA ACUATICA					-6/3					0	1	-18
		BIOLOGICO	FLOR.	CUBIERTA VEGETAL	-7/6	-7/6	-3/4						-6/5	0	4	-84
				TALA O DESBROCE	-7/6	-3/5	-3/4							0	3	-69
			FAUNA	DIVERSIDAD BIOLOGICA	-6/4		-3/2							0	2	-30
				ESPECIES TERRESTRES EN PELIGRO	-5/5	-2/2	-2/2	-2/2					-3/3	0	4	-37
				ESPECIES ACUATICOS EN PELIGRO					-6/6					0	1	-36
		SOCIO	ECONOMICO	USO ACTUAL DEL SUELO	-6/5	-3/3	-2/2		-2/2			-2/2	-5/4	0	5	-51
				POTENCIAL AGROPECUARIO	-5/3	-1/2								0	2	-17
				POTENCIAL TURISTICO Y RECREACION	-7/6	-1/2	-2/2	-2/2		-2/2	-2/2		-5/5	0	7	-83
				RIESGOS SANITARIOS	-6/6	-5/4	-1/1	-1/1						0	4	-58
				POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA	8/5	5/4	5/4	4/2	9/7	7/4	6/4		5/5	8	0	228
		CULTURAL		PAISAJE	-8/8	-3/4	-3/4	-5/4	-8/8	-8/8	-7/6	-2/2	-7/5	0	9	-317
PROMEDIOS POSITIVOS					1	1	1	1	1	1	1	1	1			
PROMEDIOS NEGATIVOS					15	14	14	6	13	6	3	7	7			
PROMEDIOS ARITMETICOS					-367	-169	-98	-45	-366	-197	-46	-93	-134			

Figura 29. Matriz de Leopold.

Fuente: Evaluación de impacto ambiental, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan.

CAPÍTULO 4
ANÁLISIS LEGAL Y ORGANIZACIONAL

4.1 Aspectos legales

4.1.1 Marco legal interno del proyecto

La asociación Greens Ecuador se creará con el fin de comercializar, distribuir y consumir bienes y servicio lícitos y socialmente necesarios. Además se comercializara la producción de los asociados en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la ley. En esta actividad van a intervenir 3 agentes que son el productor, el comercializador (asociación) y el consumidor. Por tanto el siguiente proyecto se enmarcará dentro del proceso de comercialización del Ruscus.

Para constituir la asociación Greens Ecuador necesitaremos un cierto capital el mismo que va a ser aportado por cada uno de los socios.

El presente proyecto se basará:

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Art.- 283 de la Constitución de la República, establece que el sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine, la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios;

Art.- 311 de la Constitución señala que el sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las

micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

Que, el artículo 319 de la Constitución de la República establece que se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas;

LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

TITULO II: De la Economía Popular y Solidaria, **CAPITULO I:** De las formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria, SECCION 2 De las Organizaciones del Sector Asociativo dice que

Art. 18.- Sector Asociativo.- Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.

Art. 19.- Estructura Interna.- La forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alterabilidad y revocatoria del mandato.

La integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo, se normará en el Reglamento de la

presente Ley, considerando las características y naturaleza propias de este sector.

Art. 20.- Capital Social.- El capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico.

En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social materia de la donación. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011)

REGLAMENTO A LA LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA

TITULO II De las formas de organización de la Economía Popular y Solidaria, CAPITULO I Normas comunes a las formas de organización de la Economía Popular y Solidaria, SECCION 1 Constitución dice que:

Art. 4.- Reserva de denominación.- Las asociaciones EPS y cooperativas en formación, reservarán en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en coordinación con la Superintendencia de Compañías, el uso de una denominación por el plazo de noventa días dentro de los cuales presentarán la documentación para el otorgamiento de la personalidad jurídica. En el caso de las cooperativas de transporte, la reserva se mantendrá vigente por un año.

Art. 6.- Requisitos asociaciones EPS.- Las asociaciones EPS, por su parte presentarán los siguientes documentos:

1. Solicitud de constitución;
2. Reserva de denominación;
3. Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores;

4. Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma;
5. Estatuto social, en dos ejemplares; y,
6. Certificado de depósito del aporte del capital social inicial, por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, efectuado, preferentemente, en una cooperativa de ahorro y crédito.

TITULO II De las formas de organización de la Economía Popular y Solidaria, **CAPITULO III** Estructura Interna de las Organizaciones del Sector Asociativo dice que:

Art. 18.- Órgano de gobierno.- El órgano de gobierno de las asociaciones EPS estará integrado por todos los asociados, quienes se reunirán ordinariamente cuando menos, una vez al año y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario. Sus decisiones serán obligatorias, para los órganos directivos, de control, administrador y la totalidad de sus integrantes.

Art. 19.- Órgano directivo.- El órgano directivo de las asociaciones EPS, será electo por el órgano de gobierno y estará integrado por un mínimo de tres y máximo de cinco asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente, señalando el orden del día a tratarse.

Art. 20.- Órgano de control.- Los integrantes del órgano de control de las asociaciones EPS, serán elegidos por el órgano de gobierno, en un número no mayor de tres asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente de dicho órgano, señalando el orden del día a tratarse.

Art. 21.- Control interno.- El control interno de las asociaciones EPS, además del efectuado por su propio órgano de control, será ejercido por la Auditoría

Interna cuando sea procedente de acuerdo a lo previsto en el presente reglamento y conforme lo determinado, para el efecto, en las cooperativas.

Art. 22.- Administrador.- El Administrador, bajo cualquier denominación, será elegido por el órgano de gobierno y será el representante legal de la asociación EPS. Será responsable de cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emanadas de los órganos de gobierno, directivo y de control de la asociación EPS. El Administrador deberá presentar un informe administrativo y los estados financieros semestrales para consideración de los órganos de gobierno y control. El Administrador de la Asociación EPS está obligado a entregar a los asociados en cualquier momento la información que esté a su cargo y que se le requiera.

Art. 23.- Funcionamiento.- El número de vocales y el período de duración de los órganos directivos y de control, así como sus atribuciones y deberes al igual que las funciones del administrador constarán en el estatuto social de la asociación.

4.1.2 Tramites de Constitución de la Asociación (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014)

Para crear la asociación y constituirla legalmente se debe realizar lo siguiente:

1. Será realizar la reserva de denominación conforme al instructivo para la reserva o denegación o denominación de las organizaciones de los sectores asociativos y cooperativistas sometidos al control y supervisión de la superintendencia de economía popular y solidaria, en el cual manifiesta que se debe realizar en base al formato publicado en la página web. (Superintencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

El formato debe ser llenado de la siguiente manera:

a) Nombres y apellidos, número de cedula de ciudadanía, dirección, número de teléfono, correo electrónico y condición del solicitante.
b) Datos de la organización a constituir; y
c) Tres propuestas de denominación en orden de preferencia.

Tomar en cuenta que en el caso de usar palabras en alguno de los idiomas ancestrales del país, se deberá señalar su traducción en castellano, en el espacio señalado en el formato, a efectos de evitar igualdad o similitud con denominaciones existentes en el idioma castellano.

La denominación que adopten las organizaciones que integran la Economía Popular y Solidaria, debe ser una denominación objetiva, es decir un nombre que revela una o más actividades que conforman el objeto social como, “agrícola”, ”de producción”, ”pesquera”, “minera”

”ASOCIACION AGRICOLA GREENS ECUADOR”

Conforme se establece en el artículo 4, del reglamento de la ley orgánica de economía popular y solidaria del sector financiero popular y solidario, la reserva de denominación que hubiere sido aprobada tendrá validez por un plazo de 90días; por lo que dentro de este plazo se deberá presentar la documentación que se detalla a continuación para el otorgamiento de la personalidad jurídica.

2. Solicitud dirigida al Superintendente de economía popular y solidaria, requiriendo la aprobación del estatuto y otorgamiento de personalidad jurídica.
3. Acta constitutiva conforme lo determina el reglamento general de la ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario en el artículo 3.
4. Certificación emitida por el secretario provisional de la organización, aquí no hay un formato por lo que el secretario deberá certificar en un documento aparte la legalidad de la asamblea constitutiva, así como la aprobación de constitución de la asociación, la designación del directorio provisional y la denominación.

5. Un ejemplar del estatuto debidamente certificado por el secretario del directorio provisional donde conste que fue discutido y aprobado en asamblea de los asociados fundadores.
6. Estatuto grabado en un CD en formato “Word y pdf”
7. Una copia de la lista de asociados fundadores mínimo 10 con sus nombres completos, numero de cedula, ocupación, valor de aportación y firma, certificadas por el secretario del directorio provisional.
8. Certificado de depósito del aporte al capital social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social (por lo menos 3 remuneraciones básicas unificadas equivalentes a $ 1020.00), realizado preferentemente en una cooperativa de ahorro y crédito o en cualquier banco a nombre de la asociación.

Una vez aceptada la documentación la Superintendencia emitirá una resolución aprobada la documentación receptada y continuará con el trámite de obtención de personalidad jurídica.

Constituir la Asociación GREENS ECUADOR tiene un costo de $ 2.750,00 (dos mil setecientos cincuenta dólares americanos).

4.1.2 Permisos de funcionamiento

Para cumplir con una actividad económica en el Distrito Metropolitano de Quito, se necesita de cierta documentación la misma que será detallada a continuación:

4.1.2.1 Registro único de contribuyente RUC

El RUC es un número de identificación que se denomina a una organización que realice una actividad económica en el Ecuador, se lo obtiene sin costo alguno en el SRI (Servicio de rentas Internas) y los requisitos son los siguientes:

- Formulario: RUC01-A debidamente lleno y suscrito por el representante legal, (si la sociedad registra más de 8 accionistas, esta información no se registrara en el formulario, se deberá presentar la misma en medio magnético de la ficha técnica que la puede consultar en la página web del SRI)
- Identificación de la sociedad: Presentar el documento original y entregar una copia simple o, entregar una copia notariada de la publicación en el registro oficial del derecho ejecutivo o acuerdo ministerial por medio del cual se otorga personería jurídica.
- Identificación del Representante Legal: original y copia, o copia notariada del nombramiento, avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada
- Ecuatorianos: original de la cedula de identidad o de ciudadanía y del certificado de votación; o,
- Extranjeros Residentes: original de la cedula de identidad o de ciudadanía; o,
- Extranjeros no Residentes: original del pasaporte y tipo de visa.
- Ubicación de la Matriz y establecimientos, se presentara cualquiera de los siguientes:
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de tarjeta de crédito o telefonía celular.
- Original y copia de la factura por el servicio de televisión pagada o servicio de internet.
- Original y copia de cualquier documento emitido por una Institución Pública que detalle la dirección exacta del contribuyente.
- Original y copia del contrato de arrendamiento.
- Original y copia de la escritura de compra-venta del inmueble; u, original y copia del certificado del Registro de la Propiedad.
- Contrato de Concesión Comercial o Contrato en Comodato.

- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio.
- Carta de cesión de uso gratuito del inmueble.
- Otros Requisitos: original y copia del pago de patente municipal (u oficio conminatorio si aplica) (Servicio de Rentas Internas, 2013)

4.1.2.2 Permiso de funcionamiento bomberos

El permiso de funcionamiento es la autorización que el cuerpo de bomberos emite a todo local para su funcionamiento y se lo actualiza cada año, este trámite es gratuito.

El permiso de bomberos hay que poseerlo como requisito previo para obtener la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE), y los requisitos son los siguientes:

1. Solicitud de inspección del local;
2. Informe favorable de la inspección;
3. Copia del RUC; y,
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

4.1.2.3 Permiso de funcionamiento (LUAE-Licencia Única de Actividades Económicas)

La LUAE es un documento que habilita cualquier ejercicio económico dentro del Distrito Metropolitano de Quito se lo obtiene en la Administración Zonal más cercana del establecimiento sin costo alguno y para obtener se necesita los siguientes requisitos:

- Formulario único de la solitud de LUAE.
- Copia de RUC

- Copia de Cedula de Identidad o Ciudadanía del Representante Legal.
- Copia de papelera de votación del representante legal de las últimas elecciones.
- Copia del nombramiento del representante legal.

4.1.2.4 Patente municipal

La patente es una contribución a las municipalidades, esto lo debe realizar toda persona o persona jurídica que realice una actividad económica, se lo obtiene sin costo alguno y se necesita los siguientes requisitos:

- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia de RUC
- Formulario de Patentes
- Formulario de acuerdo de medios

4.1.2.5 Certificado fitosanitario otorgado por Agrocalidad

Para que Agrocalidad le otorgue el certificado fitosanitario de Exportación a la asociación, requisito importante para vender el Ruscus a las fincas, se debe cumplir con los siguientes requisitos que dependen del resultado obtenido en las inspecciones a realizarse en las fincas productoras del producto.

En el oficio No. 4446 DS/AGROCALIDAD del 30 de octubre de 2010 se dispone:

1. En las inspecciones en sala poscosecha y/o sitios de procesamiento de ornamentales de exportación, los inspectores fitosanitarios emitirán el reporte de inspección aprobando ó desaprobando el envío cuando exista presencia de las siguientes PLAGAS VIVAS de acuerdo a los destinos de exportación y las tolerancias indicadas en el siguiente cuadro. (Ver anexo 7)

Al momento de la inspección en la finca productora debe cumplir con los parámetros establecidos en la lista de chequeo protocolos de envíos libres de trips y cumplir con los siguientes requisitos:

1. Poseer una bodega de plaguicidas y productos afines de uso agrícola
2. Poseer inventario de plaguicidas y productos afines de uso agrícola.
3. El personal que maneja y/o manipula plaguicidas debe poseer protecciones personal completa.
4. No presentar daño o deterioro en la estructura de la bodega.
5. Bodega con iluminación adecuada.
6. Bodega posee extintores y botiquín de primeros auxilios.
7. El piso de la bodega debe ser impermeable y de fácil limpieza.
8. La bodega debe poseer desagües conectados a un área especial de tratamiento.
9. Los plaguicidas y productos afines de uso agrícola deben estar separados de otros materiales.

La visita de inspección a la finca tiene un costo de $80 dólares americanos y de no cumplir con los requerimientos de plagas y de condición de las instalaciones Agrocalidad procederá de la siguiente manera:

- El inspector notificará a la finca.
- El coordinador provincial como juez de primera instancia convocará a una reunión de trabajo con el objeto de llegar a un acuerdo para bajar la incidencia de la plaga.
- Se firmará un acta con los compromisos a los que se llegare y el número de días necesarios para controlar la plaga.
- Al cumplirse el número de días acordado se supervisará la finca de encontrarse la misma condición fitosanitaria se suspenderá la venta de etiquetas hasta que se demuestre el control de las plagas.

4.1.3 Gastos de constitución

Se ha obtenido 2 cotizaciones de indistintos abogados para que realicen la constitución de la Asociación GREENS ECUADOR, a continuación se detalla:

Tabla 26. Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	VALOR	PROMEDIO
Cotización 1	$ 2.500,00	$ 2.750,00
Cotización 2	$ 3.000,00	

Nota**:** Valores proformados por gastos de constitución de la asociación.
Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

4.2 La empresa "Asociación Agrícola Greens Ecuador"

Es el nombre oficial y legal que adopta la organización para poder constituirse como persona jurídica.

"ASOCIACION AGRICOLA GREENS ECUADOR"

4.2.1 Misión

MISIÓN

Somos una institución de impacto en el desarrollo nacional, que orienta al sector de productores de RUSCUS hacia nuevas tendencias de competitividad e impulsando la capacitación y la tecnificación de cada uno de sus agremiados.

4.2.2 Visión

VISIÓN

Nuestra visión es convertir a GREENS ECUADOR en un gremio en el que la actividad económica de sus socios establezca estrategias de negocio que permita incrementar la rentabilidad y productividad en el mercado, lo que permitirá a la organización mantenerse y crear valor agregado frente a sus competidores.

4.2.3 Valores organizacionales

- ✓ Honestidad
- ✓ Ofrecemos lo que podemos cumplir con puntualidad.
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Asumimos la obligación de responder por lo que hacemos.
- ✓ Comunicación
- ✓ Procurar mantener las buenas relaciones en todos los ámbitos.
- ✓ Respeto
- ✓ Tratamos con dignidad.

4.2.4 Principios

- Trabajo en equipo con eficiencia y calidad logrando así un trabajo bien realizado, mediante la ayuda y colaboración de los asociados y todos quienes la conforman para que la asociación Green´s Ecuador llegue hacer reconocida en el mercado.

- Respeto y consideración tanto a los clientes como a los trabajadores y asociados.

- Presentación adecuada, mostrando una imagen positiva ante los clientes.

- Disciplina en el cumplimiento de las actividades administrativas y operativas.

4.2.5 Objetivos de la asociación

1. Propiciar el crecimiento y desarrollo sostenible de la producción local del Ruscus, en armonía con el medio ambiente, la sociedad, la economía y la ciencia.

2. Lograr la cooperación y asistencia efectiva de personas, instituciones y organismos con objetivos relacionados, de manera que permitan fortalecer los ámbitos en los que se concentre la labor de la Asociación.

3. Establecer y reforzar los vínculos entre los diferentes miembros de la Asociación.

4. Formar una red integral de comunicación, información, coordinación y desarrollo de acciones conjuntas con personas naturales y/o jurídicas que concuerden con los objetivos y principios de esta Asociación.

5. Fomentar la participación de quienes realicen actividades relacionadas al desarrollo de la Asociación.

6. Desarrollar la investigación, análisis, estudio, discusión y diagnóstico de temas vinculados con los objetivos de esta Asociación.

4.2.6 Organigrama estructural

El organigrama es una forma gráfica que permite visualizar la estructura jerárquica de una organización, según el art. 19 de la Ley orgánica de la economía popular y solidaria, el organigrama para Greens Ecuador será de la siguiente manera:

Organigrama estructural de Greens Ecuador

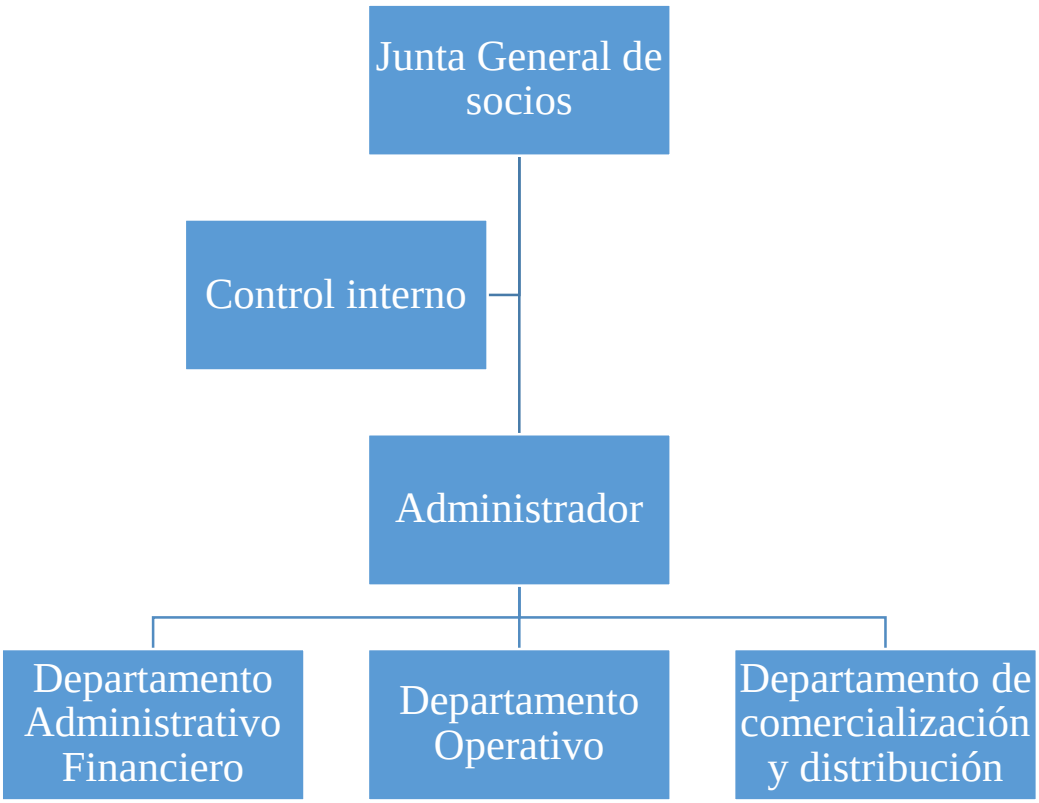


Figura 30. Organigrama estructural
Por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

4.2.7 Organigrama funcional

Se presenta a continuación el organigrama funcional de la asociación agrícola Greens Ecuador bajo la figura de la Economía Popular y Solidaria (EPS) y según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria; donde se indica el personal requerido para realizar las funciones al 100% .

Organigrama funcional de Greens Ecuador

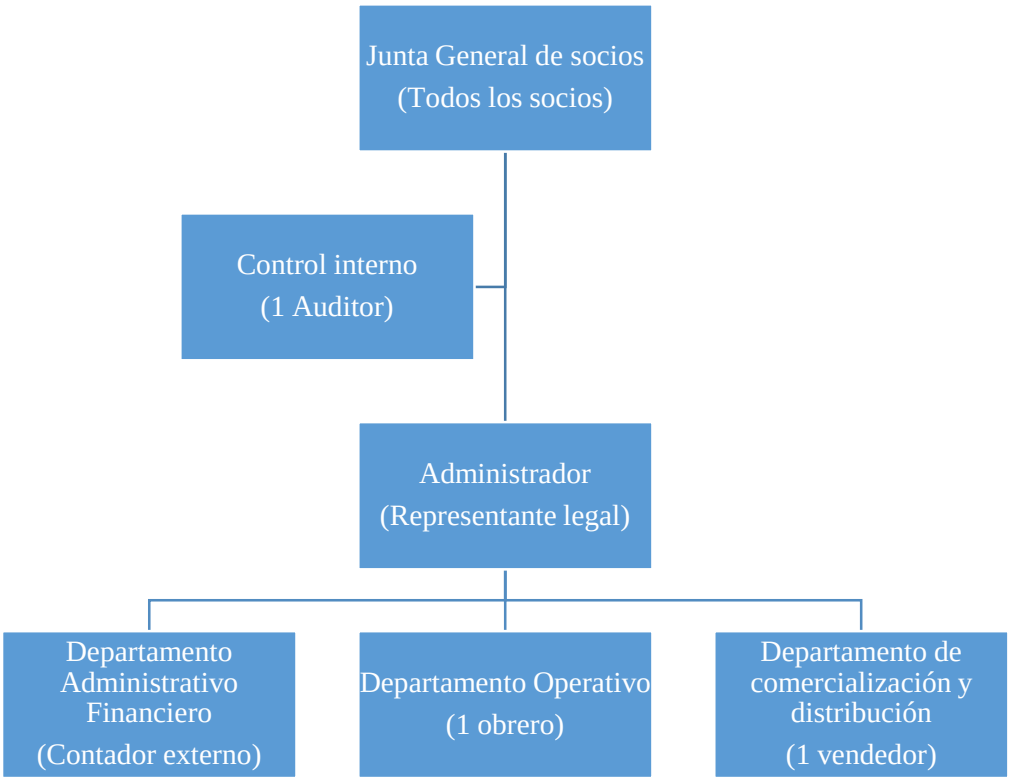


Figura 31. Organigrama funcional
Por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan

4.2.8 Manual de funciones

Para la selección del personal se elabora un manual de funciones con los perfiles que deben cumplir los trabajadores y las funciones que requieren ser ejecutadas dentro de la asociación Greens Ecuador.

Administrador - Vendedor

Tabla 27. Perfil del cargo administrador - vendedor

Reportar A: Junta de Accionistas **Supervisar A: Operario**	
Educación:	Superior: 4 años de educación Superior
Formación:	1.- Formación Y manejo de Personal 2.- Entrenamiento relacionado con el Sistema de gestión de la Calidad y manejo de las normas 3.- Conocimientos de Química
Experiencia:	1.- Experiencia profesional en actividades de manejo, control del proceso de producción y distribución del Ruscus.
Habilidades:	1.- Liderazgo 2.- Habilidad de negociación 3.- Habilidad para toma de decisiones 4.- Pensamiento Analítico

Nota**:** Perfil requerido para el cargo de administrador-vendedor. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

Descripción de las funciones del cargo

- Emitir Políticas, objetivos y normas que regulen el buen funcionamiento de la asociación.

- Representar a la asociación ante los organismos de control y clientes.

- Revisar el desempeño del sistema de gestión de la calidad de la asociación, para asegurar la conveniencia, adecuación, mejora continua, eficiencia en los productos, prestigio en el mercado y correcta toma de decisiones.

- Otras actividades y funciones que por necesidad de la empresa renga la responsabilidad de realizarlas.

- Promover y ejecutar nuevas oportunidades de negocio.

- Mantenimiento de la cartera de clientes.

- Planificar y Desarrollar Actividades de venta.

- Ejecución de planes y programas de trabajo.

- Realizar labores de tesorería, llevar flujo de caja, confección de cheques, depósitos y otros.

Obrero

Tabla 28. Perfil del cargo obrero

Reportar A: Administrador	
Educación:	Bachiller: Químico Biólogo
Formación:	1.- Formación Y manejo de Personal 2.- Entrenamiento relacionado con el Sistema de gestión de la Calidad y manejo de las normas 3.- Conocimientos del manejo y proceso productivo del Ruscus 4.- Conocer el correcto manejo de inventarios.
Experiencia:	1.- Mínimo un año en cargos similares. 2.- Conocer sobre el cultivo y manejo del Ruscus.
Habilidades:	1.- Liderazgo 2.- Tolerancia a la presión 3.- Habilidad para trabajar en Equipo 4.- Puntualidad 5.- Buenas relaciones interpersonales 6.- Comunicación verbal

Nota**:** Perfil requerido para el cargo de obrero. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

Descripción de las funciones del cargo

- Preparar el material de trabajo para realizar el respectivo proceso.
- Receptar ordenadamente el Ruscus, clasificar por tamaño y embonchar en ramos 20 tallos cada uno.
- Almacenar y despachar cuidadosamente la producción.
- Mantenimiento de materia prima en stock.
- Conservar, mantener y dar la correcta manipulación de los materiales y la materia prima tanto en stock como al momento de la recepción y despacho.

4.3 Costos y gastos

A continuación se detallan los costos y gastos necesarios para el funcionamiento dela asociación:

4.3.1 Mano de obra

4.3.1.1Mano de obra directa

Para el proceso producto dentro de la asociación es necesario contar con un obrero; a continuación se presenta el salario de esta persona:

Tabla 29. Mano de obra directa requerida

Salario Mano de Obra Directa								
Año: 2015 (cifras en dólares)								
		BENEFICIOS						
Cargo	**Sueldo básico**	**13ro**	**14to**	**Vacación**	**Fondo de reserva**	**Aporte patronal**	**Total beneficios**	**Total sueldo**
Obrero calificado	374,00	31,17	31,17		-	45,44	107,77	481,77
Total Sueldo Básico	374,00					**Total Sueldo Mensual**		481,77
						Total Sueldo Anual		5.781,29

Nota**:** Mano de obra directa requerida. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo& L. Verjan, 2014.

4.3.1.2 Gasto de personal administrativo y ventas

Es preciso contar con un administrador que se encargue de las funciones tanto del área administrativa como de la parte comercial de la asociación, es suficiente con una persona para el desempeño de las 2 actividades, es por eso que el gasto de divide en partes iguales, a continuación se presenta el sueldo:

Tabla 30. Salario personal administrativo

Salario Gastos Administrativos								
Año: 2015 (cifras en dólares)								
		BENEFICIOS						
Cargo	Sueldo básico	13ro	14to	Vacación	Fondo de reserva	Aporte patronal	Total beneficios	Total sueldo
Administrador	450,00	37,50	31,17		-	54,68	123,34	573,34
Total Sueldo Básico	450,00					**Total Sueldo Mensual**		573,34
						Total Sueldo Anual		6.880,10

Nota**:** Salario de personal administrativo. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

4.3.2 Sueldos y salarios proyectados

A continuación se presentan las proyecciones de los sueldos del obrero y del personal administrativo donde de nuevo se menciona que el gasto considerado para el administrador se divide en el 50% para sueldos de ventas en función de que el administrador deberá cumplir con las funciones del área comercial.

Tabla 31. Salarios del personal proyectado

PRESUPUESTO ANUAL DE MANO DE OBRA DIRECTA		
Periodo	**Valor anual**	**% Incremento**
2015	5.781,29	
2016	6.976,52	
2017	7.674,17	10%
2018	8.441,59	10%
2019	9.285,75	10%

Nota**:** Salario del personal proyectado. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Tabla 32. Sueldo del personal proyectado

PRESUPESTO ANUAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS				
Periodo	**Valor anual**	**% Incremento**	**DIVISION GASTO**	
			ADMINISTRATIVO 50%	**VENTAS 50%**
2015	6.880,10		3.440,05	3.440,05
2016	7.985,86		3.992,93	3.992,93
2017	8.784,45	10%	4.392,22	4.392,22
2018	9.662,89	10%	4.831,45	4.831,45
2019	10.629,18	10%	5.314,59	5.314,59

Nota**:** Sueldo del personal proyectado. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

4.3.3 Materia prima

A continuación se describe la materia prima necesaria en el proceso productivo de la asociación:

Tabla 33. Materia prima directa

MATERIA PRIMA DIRECTA					
Material	**Unidad**	**Cantidad**	**Total MP.**	**Costo unitario**	**Costo de materia prima**
Ruscus	Tallos	20	20	0,06	1,20
COSTO MP 20 Tallos (1 ramo) EN $					**1,20**
COSTO MP POR TALLO EN $					**0,06**

Nota**:** Materia prima directa. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Tabla 34. Insumos indirectos

INSUMOS INDIRECTOS						
Material	**Unidad**	**Producto**	**Pérdidas**	**Total MP.**	**Costo unitario**	**Costo de materiales indirectos**
Ligas sortija	Unidad	1	-	1	0,0021	$ 0,0021
Hidraflor	Lt	0,0017	-	0,0017	3,00	$ 0,01
Cloro	Lt	0,0034	-	0,0034	1,25	$ 0,004
MPI Por 20 tallos (1 ramo)						$ 0,01
COSTO MPI POR TALLO EN $						**$ 0,001**

Nota**:** Insumos indirectos. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Tabla 35. Presupuesto de materiales indirectos y materia prima directa

PRESUPUESTO ANUAL DE MATERIA PRIMA			
Año	Demanda a cubrir en tallos	Valor de MPD	VALOR TOTAL
2015	1.060.290	$ 0,06	63.617,40
2016	1.211.760	$ 0,06	75.461,14
2017	1.363.230	$ 0,06	88.111,26
2018	1.514.700	$ 0,07	101.611,86
2019	1.514.700	$ 0,07	105.462,95

PRESUPUESTO ANUAL DE MATERIALES INDIRECTOS			
PERIODO	**TALLOS**	**VALOR DE MPI**	**VALOR TOTAL**
2015	1.060.290,00	0,001	608,34
2016	1.211.760,00	0,001	721,60
2017	1.363.230,00	0,001	842,56
2018	1.514.700,00	0,001	971,66
2019	1.514.700,00	0,001	1.008,49

Nota**:** Presupuesto de materiales indirectos y materia prima directa. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

4.3.4 Costos indirectos de fabricación

A continuación se describen los costos indirectos de fabricación necesarios en el proceso productivo de la asociación:

Tabla 36. Costos indirectos de fabricación

Costos Indirectos de Fabricación		
Concepto	**Anual**	**Mensual**
MATERIALES DE POSCOSECHA	$ 655,40	$ 54,62
INSUMOS INDIRECTOS	$ 608,34	$ 50,70
UNIFORMES	$ 30,00	$ 2,50
MANO DE OBRA INDIRECTA	$ 0,00	$ 0,00
DEPRECIACIÓN PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	$ 520,77	$ 43,40
SERVICIOS BÁSICOS	$ 267,00	$ 22,25
EQUIPOS DE EMERGENCIA	$ 114,16	$ 9,51
SUMINISTROS DE ASEO	$ 44,45	$ 3,70
CONSTRUCCIÓN PLANTA	$ 9.000,00	$ 750,00
Total	**$ 11.240,12**	**$ 936,68**

Nota**:** Costos indirectos de fabricación necesarios en el proceso productivo. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

4.3.5 Gastos de constitución y publicidad

Tabla 37. Gasto de constitución y de publicidad

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		$ 2.830,00
ABOGADO	$ 2.750,00	
AGROCALIDAD	$ 80,00	

GASTOS DE PUBLICIDAD		$ 440,00
Página web	$ 400,00	
Mantenimiento mensual página web	$ 40,00	

Nota**:** Gastos de constitución y publicidad. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

4.3.6 Depreciaciones

A continuación se presenta la depreciación por el método lineal de la planta, maquinaria, muebles y enseres y equipos de computación.

Tabla 38. Depreciaciones

	DEPRECIACION PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO						DEPRECION ANUAL					
	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	%DEPRECIACION	2015	2016	2017	2018	2019	valor en libros
Obra civil	CONSTRUCCION PLANTA	1	$ 9.000,00	$ 9.000,00	$ 450,00	5%	427,50	427,50	427,50	427,50	427,50	6862,50
Maquinaria y equipo	Medidor de PH de agua	1	$ 369,96	$ 369,96	$ 37,00	10%	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	203,48
Muebles y enseres	Estanteria metálica	4	117,60	$ 470,40	$ 47,04	10%	42,34	42,34	42,34	42,34	42,34	258,72
Muebles y enseres	Mesa metálica 1.5 x 1 mt	2	98,00	$ 196,00	$ 19,60	10%	17,64	17,64	17,64	17,64	17,64	107,80

DEPRECIACIONES EQUIPOS DE COMPUTACION											
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACIO	2015	2016	2017	2018	2019	valor en libros
Computador	1	$ 658,99	$ 658,99	$ 219,66	33%	146,44	146,44	146,44	0,00	0,00	219,66
Impresora	1	89,00	89,00	$ 29,67	33%	19,78	19,78	19,78	0,00	0,00	29,67

	DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVOS											
	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACION	1	2	3	4	5	valor en libros
Muebles y enseres	Sillas de oficina	10	$ 60,91	$ 609,10	$ 60,91	10%	54,82	54,82	54,82	54,82	54,82	335,01
Muebles y enseres	Escritorio de oficina	1	182,95	$ 182,95	$ 18,30	10%	16,47	16,47	16,47	16,47	16,47	100,62
Muebles y enseres	Mesa de reuniones 1,5 x ,9	1	258,00	$ 258,00	$ 25,80	10%	23,22	23,22	23,22	23,22	23,22	141,90

Nota**:** Cuadro de depreciaciones. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

CAPÍTULO 5
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Según el autor Edilberto Meneses (2004) el estudio económico financiero constituye la sistematización contable, financiera y económica de los estudios realizados anteriormente y que permitirán verificar los resultados que genera el proyecto.

5.1 Inversiones totales

Para la implementación del proyecto es necesario realizar las siguientes inversiones en capital de trabajo, propiedad, planta y equipo:

Tabla 39. Presupuesto de inversión Greens Ecuador

EMPRESA AGRÍCOLA GREENS ECUADOR PRESUPUESTO DE INVERSIONES		
EN DOLARES		
DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
ACTIVOS NO CORRIENTES		
Propiedad planta y equipo		
Obra civil		**$ 9.000,00**
Construcción de la Planta	$ 9.000,00	
Maquinaria y equipo		**$ 369,96**
Medidor de PH de agua	$ 369,96	
Equipos de computación		**$ 747,99**
Computador	$ 658,99	
Impresora	$ 89,00	
Muebles y enseres		**$ 1.265,65**
Estantería metálica	$ 117,60	
Mesa metálica	$ 98,00	
Escritorio	$ 182,95	
Mesa de reuniones	$ 258,00	
Sillas de trabajo	$ 609,10	
TOTAL INVERSIONES PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		**$ 11.383,60**
ACTIVOS CORRIENTES		

Capital de trabajo		
Costo primo		**$ 69.398,69**
Materia prima directa	$ 63.617,40	
Mano de obra directa	$ 5.781,29	
Costos indirectos de fabricación		**$ 2.252,60**
Materiales de postcosecha	$ 655,40	
Insumos indirectos	$ 608,34	
Uniformes	$ 30,00	
Mano de obra indirecta	$ 0,00	
Servicios básicos	$ 200,25	
Equipos de emergencia	$ 114,16	
Suministros de aseo	$ 44,45	
Arriendo de terreno	$ 600,00	
Gastos Administrativos		**$ 7.786,80**
Sueldos administrativos	$ 3.440,05	
Servicios básicos	$ 66,75	
Teléfono e internet	$ 1.020,00	
Suministros de oficina	$ 360,00	
Gastos equipo de oficina	$ 70,00	
Gastos de constitución	$ 2.830,00	
Gastos de ventas		**$ 6.040,05**
Sueldos de ventas	$ 3.440,05	
Gasto de publicidad	$ 440,00	
Transporte	$ 2.160,00	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL		**$ 85.478,14**
TOTAL INVERSIONES	**$ 96.861,74**	

Nota**:** Presupuesto de inversión de Greens Ecuador. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.1.1 Capital de trabajo

El capital de trabajo que necesita Greens Ecuador para iniciar sus operaciones es:

Tabla 40. Capital de trabajo Greens Ecuador

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO (AÑO 2015, EN DÓLARES)	
Detalle	**Valor**
Materia prima directa	$ 63.617,40
Mano de obra directa	$ 5.781,29
Costos indirectos de fabricación	$ 2.252,60
Gastos administrativos	$ 7.786,80
Gastos de ventas	$ 6.040,05
TOTAL	**$ 85.478,14**

FÓRMULA

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{\text{Capital x días}}{365}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{85.478,14 \text{ x } 60}{365}$$

$$\text{Capital de trabajo} = 14.051,20$$

Nota**:** Capital de trabajo necesario para iniciar operaciones. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.1.2 Inversión inicial

Realizando la sumatoria del capital de trabajo que es $14.051,20 más el total de activos fijos que corresponde a $11.383,60 podemos determinar que la inversión inicial del proyecto es $25.434,80.

Tabla 41. Inversión inicial de la asociación Greens Ecuador

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO	
DETALLE	**VALOR**
Inversión en Activos Fijos	$ 11.383,60
Inversión Capital de Trabajo	$ 14.051,20
Total	**$ 25.434,80**

Nota**:** Inversión inicial de la asociación Greens Ecuador. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.2 Financiamiento

El proyecto será financiado con capital propio y un préstamo bancario; los socios deben contribuir con una aportación de $120 cada uno y para financiar la inversión inicial del proyecto que es de $25.434,80; el préstamo bancario debe ser por un valor de 24.234,80 a realizarse en el Banco de Fomento.

Tabla 42.Financiamiento

TIPO DE CAPITAL	CANTIDAD	%
Capital Propio	1.200,00	**5%**
Darío Villa	120,00	
Esteban Guerrero	120,00	
Francisco Maisincho	120,00	
Julio Auz	120,00	
Los Nogales	120,00	
Luis Quinchiguango	120,00	
Marco Guaspud	120,00	

Rodrigo Boada	120,00	
Roland Flor	120,00	
Rómulo Caicedo	120,00	
Banco Nacional de Fomento	24.234,80	**95%**
TOTAL DE FINANCIAMIENTO	**25.434,80**	**100%**

Nota**:** Detalle del financiamiento del proyecto. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.2.1 Financiamiento del proyecto

Para financiar el proyecto se tomará un crédito en el Banco de Fomento llamado Microcrédito de producción donde la tasa de interés activa es del 11,20%. (Urbina, Andrés, 2012)

Tabla 43. Tasa activa

MICROCRÉDITO DE PRODUCCIÓN	TASA DE INTERÉS 11,2%

Nota**:** Tasa activa que presenta el crédito. Banco nacional de fomento, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

El préstamo bancario se realizará a un plazo de 5 años equivalente a 60 meses, a continuación se presenta el cálculo para determinar la cuota mensual a pagar:

$$\boldsymbol{Cuota} = \frac{Capital}{\frac{1-\left(1+\frac{i}{n}\right)^{-n}}{\frac{i}{n}}}$$

Capital = 24.234,80

Interés = 11,2%

Plazo = 60 meses

$$\boldsymbol{Cuota} = \frac{24.234,80}{\frac{1-\left(1+\frac{0,112}{60}\right)^{-60}}{\frac{0,112}{60}}}$$

$$\boldsymbol{Cuota} = \mathbf{529,34}$$

Tabla 44. Amortización del financiamiento de Greens Ecuador

AÑO	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
2015	3.830,50	2.521,62	6.352,13	266.343,33
2016	4.282,24	2.069,88	6.352,13	217.490,99
2017	4.787,25	1.564,87	6.352,13	162.877,40
2018	5.351,83	1.000,30	6.352,13	101.823,12
2019	5.982,98	369,15	6.352,13	33.568,59
TOTAL	**24.234,80**	**7.525,82**	**31.760,63**	

Nota**:** Amortización del financiamiento. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.3 Estructura de costos

A continuación se presenta el Estado de los Costos de producción, la Estructura de los costos proyectados de Greens Ecuador y la determinación del punto de equilibrio.

5.3.1 Estructura de costos proyectados

A continuación se detallan los costos de producción de Greens Ecuador:

Tabla 45. Estructura de costos

GREENS ECUADOR ESTRUCTURA DE COSTOS PROYECTADOS (DÓLARES)															
	2015			2016			2017			2018			2019		
DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN															
Costo Primo															
MATERIA PRIMA DIRECTA		*63.617,40*	*63.617,40*		*75.461,14*	*75.461,14*		*88.111,26*	*88.111,26*		*101.611,86*	*101.611,86*		*105.462,95*	*105.462,95*
MANO DE OBRA DIRECTA		*5.781,29*	*5.781,29*		*6.976,52*	*6.976,52*		*7.674,17*	*7.674,17*		*8.441,59*	*8.441,59*		*9.285,75*	*9.285,75*
Costos Indirectos de Fabricación															
MATERIALES DE POSCOSECHA		*655,40*	*655,40*		*680,25*	*680,25*		*706,05*	*706,05*		*732,82*	*732,82*		*760,61*	*760,61*
INSUMOS INDIRECTOS		*608,34*	*608,34*		*721,60*	*721,60*		*842,56*	*842,56*		*971,66*	*971,66*		*1.008,49*	*1.008,49*
UNIFORMES		*30,00*	*30,00*	-	*31,14*	*31,14*	-	*32,32*	*32,32*		*33,54*	*33,54*		*34,82*	*34,82*
MANO DE OBRA INDIRECTA	-		-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-
DEPRECIACIONES MUEBLES Y ENSERES PLANTA Y EQUIPO	*520,77*		*520,77*	*520,77*	-	*520,77*	*520,77*	-	*520,77*	*520,77*	-	*520,77*	*520,77*	-	*520,77*
SERVICIOS BASICOS		*200,25*	*200,25*	-	*207,84*	*207,84*		*215,72*	*215,72*		*223,91*	*223,91*		*232,40*	*232,40*
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	-		-	-		-	-		-	-		-	-		-
EQUIPOS DE EMERGENCIA		*114,16*	*114,16*	-	*118,49*	*118,49*	-	*122,98*	*122,98*	-	*127,65*	*127,65*	-	*132,49*	*132,49*
SUMINISTROS DE ASEO		*44,45*	*44,45*	-	*46,14*	*46,14*	-	*47,89*	*47,89*	-	*49,70*	*49,70*	-	*51,59*	*51,59*
ARRIENDO TERRENO	*450,00*		*450,00*	*467,06*		*467,06*	*484,78*		*484,78*	*503,16*		*503,16*	*522,24*		*522,24*
SEGURO DE MAQUINARIA	-		-	-		-	-		-	-		-	-		-
SUB TOTAL	***970,77***	***71.051,29***	***72.022,07***	***987,84***	***84.243,12***	***85.230,96***	***1.005,55***	***97.752,95***	***98.758,50***	***1.023,93***	***112.192,73***	***113.216,66***	***1.043,01***	***116.969,08***	***118.012,09***

GASTOS ADMINISTRATIVOS	***6.680,77***	***1.516,75***	***8.197,52***	***4.409,34***	***1.501,61***	***5.910,95***	***4.814,54***	***1.558,55***	***6.373,09***	***5.093,67***	***1.617,65***	***6.711,32***	***5.583,17***	***1.678,99***	***7.262,17***
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	*3.440,05*		*3.440,05*	*3.992,93*	-	*3.992,93*	*4.392,22*		*4.392,22*	*4.831,45*		*4.831,45*	*5.314,59*		*5.314,59*
SERVICIOS BASICOS		*66,75*	*66,75*	-	*69,28*	*69,28*	-	*71,91*	*71,91*	-	*74,64*	*74,64*	-	*77,47*	*77,47*
ARRIENDO ADMINISTRATIVO	*150,00*		*150,00*	*155,69*	-	*155,69*	*161,59*	-	*161,59*	*167,72*	-	*167,72*	*174,08*	-	*174,08*
TELEFONO E INTERNET		*1.020,00*	*1.020,00*	-	*1.058,68*	*1.058,68*	-	*1.098,82*	*1.098,82*	-	*1.140,49*	*1.140,49*	-	*1.183,74*	*1.183,74*
SUMINISTROS DE OFICINA		*360,00*	*360,00*		*373,65*	*373,65*	-	*387,82*	*387,82*	-	*402,53*	*402,53*	-	*417,79*	*417,79*
DEPRECIACIONES EQUIPOS DE COMPUTACION	*166,22*		*166,22*	*166,22*	-	*166,22*	*166,22*		*166,22*			-			-
DEPRECIACIONES MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACION	*94,50*		*94,50*	*94,50*	-	*94,50*	*94,50*		*94,50*	*94,50*		*94,50*	*94,50*		*94,50*
GASTOS EQUIPO DE OFICINA		*70,00*	*70,00*			-		-	-		-	-		-	-
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	*2.830,00*		*2.830,00*	-		-									
GASTOS DE VENTAS	***3.440,05***	***2.600,00***	***3.880,05***	***3.992,93***	***456,68***	***4.449,61***	***4.392,22***	***474,00***	***4.866,23***	***4.831,45***	***491,98***	***5.323,42***	***5.314,59***	***510,63***	***5.825,22***
SUELDO VENDEDOR	*3.440,05*		*3.440,05*	*3.992,93*		*3.992,93*	*4.392,22*		*4.392,22*	*4.831,45*		*4.831,45*	*5.314,59*		*5.314,59*
GASTOS DE PUBLICIDAD		*440,00*	*440,00*	-	*456,68*	*456,68*	-	*474,00*	*474,00*	-	*491,98*	*491,98*	-	*510,63*	*510,63*
DEPRECIACIONES MUEBLES Y ENSERES VENTAS			-			-			-			-			-
TRANSPORTE		*2.160,00*	*2.160,00*	-	*2.241,91*	*2.241,91*	-	*2.326,92*	*2.326,92*	-	*2.415,16*	*2.415,16*	-	*2.506,74*	*2.506,74*
GASTOS FINANCIEROS	***2.521,62***	-	***2.521,62***	***2.069,88***	-	***2.069,88***	***1.564,87***	-	***1.564,87***	***1.000,30***	-	***1.000,30***	***369,15***	-	***369,15***
INTERESES DE PRESTAMO	*2.521,62*		*2.521,62*	*2.069,88*		*2.069,88*	*2.069,88*		*2.069,88*	*1.000,30*		*1.000,30*	*369,15*		*369,15*
SUB TOTAL	***12.642,45***	***4.116,75***	***14.599,20***	***10.472,16***	***1.958,30***	***12.430,45***	***10.771,63***	***2.032,55***	***12.804,19***	***10.925,41***	***2.109,63***	***13.035,04***	***11.266,91***	***2.189,63***	***13.456,54***
TOTAL	***13.613,22***	***75.168,04***	***88.781,26***	***11.459,99***	***86.201,41***	***97.661,41***	***11.777,18***	***99.785,51***	***111.562,69***	***11.949,34***	***114.302,36***	***126.251,71***	***12.309,92***	***119.158,71***	***131.468,63***

Nota**:** Estructura de costos. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.3.2 Determinación del punto de equilibrio

A continuación se presenta la determinación del punto de equilibrio a través de la determinación del costo unitario y precio de venta.

5.3.2.1 Costo unitario

$$Costo\ unitario = \frac{Costo\ Total}{Unidades\ producidas}$$

Tabla 46. Costo unitario por tallos de Ruscus

COSTO UNITARIO					
Descripción	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Costo total	88.781,26	97.661,41	111.562,69	126.251,71	131.468,63
Unidades Producidas	1.060.290	1.211.760	1.363.230	1.514.700	1.514.700
COSTO UNITARIO	**0,08**	**0,08**	**0,08**	**0,08**	**0,09**

Nota**:** Costo unitario por tallo de Ruscus. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.3.2.2 Precio de venta

Para el precio de venta al público se toma de los datos obtenidos de la aplicación de la encuesta en la pregunta 9**,** es considerado el menor valor propuesto en cada medida de tallo con un incremento inflacionario anual del 3,79% correspondiente al promedio de los últimos cinco años presentados en el país. (Banco Central del Ecuador, 2013)

Tabla 47. Incremento inflacionario últimos 5 años

INCREMENTO INFLACIÓN Año	3,79%
2009	0,043
2010	0,033
2011	0,045
2012	0,042
2013	0,027

Nota**:** Incremento inflacionario de los últimos 5 años en el país. Banco Central del Ecuador, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Tabla 48. Precio de venta por tallos de Ruscus

PRODUCTO: RUSCUS	PRECIO
Tallos de 40 cm	$0,10
Tallos de 50 cm	$0,14
Tallos de 60 cm	$0,18

Nota**:** Precio de venta por tallo según tipo de medida. Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Tabla 49. Proyección de venta Ruscus

PRESUPUESTO DE INGRESOS ANUALES																
EN DÓLARES																
AÑO		2015			2016			2017			2018			2019		
PRODUCTO	ESCENARIO	PRECIO UNITARIO	VENTAS	DOLARES	PRECIO UNITARIO	VENTAS	DOLARES	PRECIO UNITARIO	VENTAS	DOLARES	PRECIO UNITARIO	VENTAS	DOLARES	PRECIO UNITARIO	VENTAS	DOLARES
tallos de 40 cm	NORMAL	$ 0,10	75.705	$ 7.570,47	$ 0,10	86.520	8.980	$ 0,11	8.111	$ 873,80	$ 0,11	108.150	$ 12.092,51	$ 0,12	108.150	$ 12.551,06
tallos de 50 cm	NORMAL	$ 0,14	492.293	$ 68.920,97	$ 0,15	562.620	81.754	$ 0,15	632.948	$ 95.460,48	$ 0,16	703.275	$ 110.089,27	$ 0,16	703.275	$ 114.263,85
tallos de 60 cm	NORMAL	$ 0,18	492.293	$ 88.612,68	$ 0,19	562.620	105.112	$ 0,19	632.948	$ 122.734,90	$ 0,20	703.275	$ 141.543,35	$ 0,21	703.275	$ 146.910,67
VENTAS TOTALES ANUALES				**$ 165.104,12**			**$ 195.845,56**			**$ 219.069,19**			**$ 263.725,12**			**$ 273.725,58**

Nota**:** Proyección de venta e ingresos. Investigación de mercado, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.3.3 Punto de equilibrio

$$Costo\ fijo\ unitario = \frac{costo\ fijo\ total}{\#\ unidades}$$

$$Costo\ fijo\ unitario = \frac{13.613{,}22}{1.060.290} = 0{,}01$$

$$Costo\ variable\ unitario = \frac{costo\ variable\ total}{\#\ unidades}$$

$$Costo\ variable\ unitario = \frac{75.168{,}04}{1.060.290} = 0{,}07$$

5.3.3.1 Punto de equilibrio para los tallos de 40 cm

Tabla 50. Rubros punto de equilibrio 40 cm

Rubros punto de equilibrio	
Rubros	**Valor**
Precio ventas unitario	0,10
Costo variable unitario	0,07
Costos fijos	13.613,22

Nota**:** Rubros utilizados para determinar el punto de equilibrio para los tallos de 40 cm. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

Unidades en el punto de equilibrio

$$Qeq = \frac{Costos\ Fijos\ Totales}{Precio\ Venta\ unitario - Costo\ Variable\ unitario}$$

$$Qeq = \frac{13.613,22}{0,10 - 0,07}$$

$$Qeq = 467.709$$

Ingresos en el punto de equilibrio

$$Yeq = \frac{Costos\ Fijos\ Totales}{1 - \frac{Costo\ Variable\ unitario}{Precio\ Venta\ unitario}}$$

$$Yeq = \frac{13.613,22}{1 - \frac{0,07}{0,10}}$$

$$Yeq = 46.770,94$$

Tabla 51. Punto de equilibrio tallos 40 cm

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Equilibrio
0	0	13.613,22	0	13.613,22	(13.613,22)
93.542	9.354,19	13.613,22	6631,54	20.244,76	(10.890,58)
187.084	18.708,38	13.613,22	13263,09	26.876,31	(8.167,93)
280.626	28.062,57	13.613,22	19894,63	33.507,85	(5.445,29)
374.168	37.416,75	13.613,22	26526,18	40.139,40	(2.722,64)
467.709	46.770,94	13.613,22	33157,72	46.770,94	-
561.251	56.125,13	13.613,22	39789,27	53.402,49	2.722,64
654.793	65.479,32	13.613,22	46420,81	60.034,03	5.445,29
748.335	74.833,51	13.613,22	53052,36	66.665,58	8.167,93
841.877	84.187,70	13.613,22	59683,90	73.297,12	10.890,58
935.419	93.541,88	13.613,22	66315,45	79.928,67	13.613,22

Nota: Determinación del punto de equilibrio para los tallos de 40 cm. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

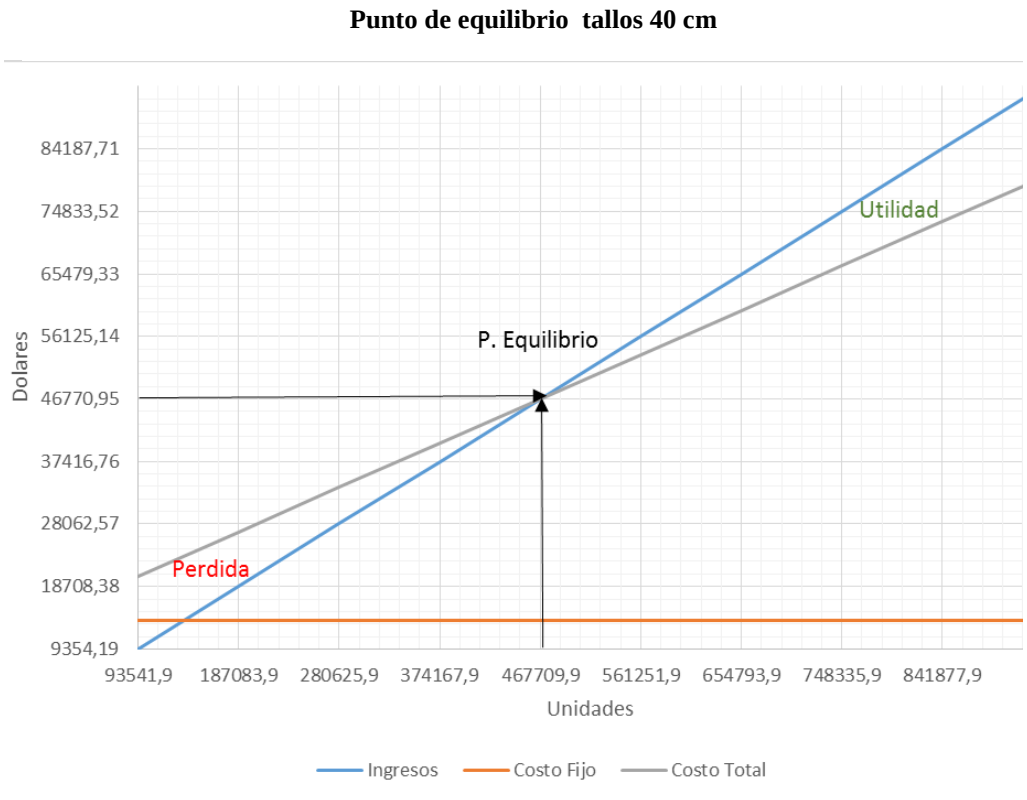


Figura 32. Punto de equilibrio tallos 40 cm

Por R. Campaña, M. Tutillo & L.Verjan

5.3.3.2 Punto de equilibrio para los tallos de 50 cm

Tabla 52. Rubros punto de equilibrio 50 cm

Rubros punto de equilibrio	
Rubros	**Valor**
Precio ventas unitario	0,14
Costo variable unitario	0,07
Costos fijos	13.613,22

Nota**:** Rubros utilizados para determinar el punto de equilibrio para los tallos de 50 cm. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

$$\boldsymbol{Yeq} = \frac{13.613,22}{1 - \frac{0,07}{0,14}} = 27.578,60 \qquad \boldsymbol{Qeq} = \frac{13.613,22}{0,14 - 0,07} = 196.990$$

Tabla 53. Punto de equilibrio tallos 50 cm

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Equilibrio
0	0	13.613,22	0	13.613,22	(13.613,22)
39.398	5.515,72	13.613,22	2793,08	16.406,30	(10.890,58)
78.796	11.031,44	13.613,22	5586,15	19.199,37	(8.167,93)
118.194	16.547,16	13.613,22	8379,23	21.992,45	(5.445,29)
157.592	22.062,88	13.613,22	11172,30	24.785,52	(2.722,64)
196.990	27.578,60	13.613,22	13965,38	27.578,60	-
236.388	33.094,32	13.613,22	16758,46	30.371,67	2.722,64
275.786	38.610,04	13.613,22	19551,53	33.164,75	5.445,29
315.184	44.125,76	13.613,22	22344,61	35.957,83	8.167,93
354.582	49.641,48	13.613,22	25137,68	38.750,90	10.890,58
393.980	55.157,20	13.613,22	27930,76	41.543,98	13.613,22

Nota: Determinación del punto de equilibrio para los tallos de 50 cm. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

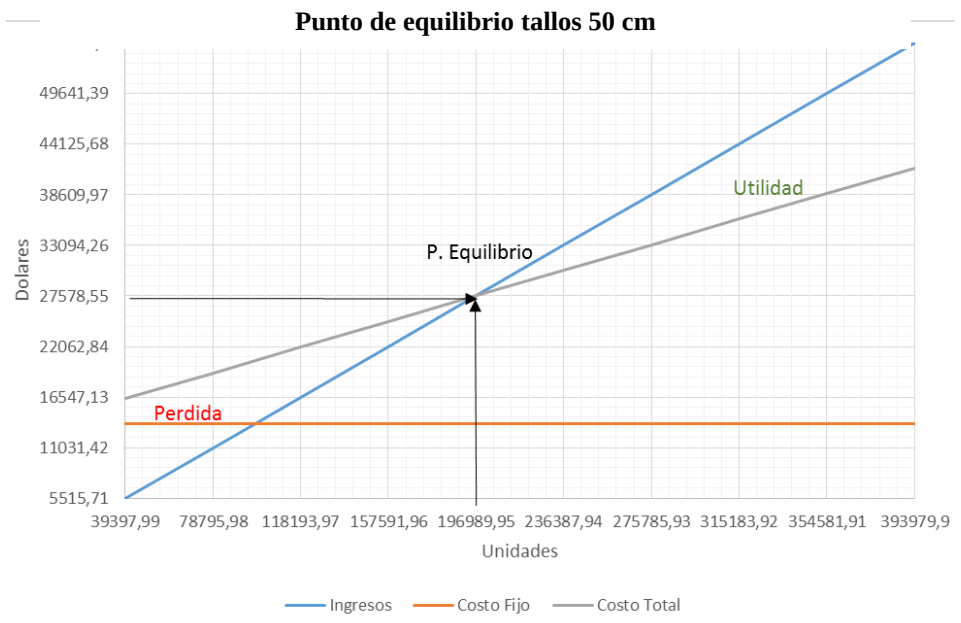


Figura 33. Punto de equilibrio tallos 50 cm
Por R.Campaña, M. Tutillo & L.Verjan

5.3.3.3 Punto de equilibrio para los tallos de 60 cm

Tabla 54. Rubros punto de equilibrio 60 cm

Rubros punto de equilibrio	
Rubros	**Valor**
Precio ventas unitario	0,18
Costo variable unitario	0,07
Costos fijos	13.613,22

Nota**:** Rubros utilizados para determinar el punto de equilibrio para los tallos de 60 cm. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

$$\boldsymbol{Yeq} = \frac{13.613,22}{1 - \frac{0,07}{0,18}} = 22.458,67 \qquad \boldsymbol{Qeq} = \frac{13.613,22}{0,18 - 0,07} = 124.770$$

Tabla 55. Punto de equilibrio tallos 60 cm

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Equilibrio
0	0	13.613,22	0	13.613,22	(13.613,22)
24.954	4.491,73	13.613,22	1769,09	15.382,31	(10.890,58)
49.908	8.983,47	13.613,22	3538,18	17.151,40	(8.167,93)
74.862	13.475,20	13.613,22	5307,27	18.920,49	(5.445,29)
99.816	17.966,94	13.613,22	7076,36	20.689,58	(2.722,64)
124.770	22.458,67	13.613,22	8845,46	22.458,67	-
149.724	26.950,41	13.613,22	10614,55	24.227,77	2.722,64
174.679	31.442,14	13.613,22	12383,64	25.996,86	5.445,29
199.633	35.933,88	13.613,22	14152,73	27.765,95	8.167,93
224.587	40.425,61	13.613,22	15921,82	29.535,04	10.890,58
249.541	44.917,35	13.613,22	17690,91	31.304,13	13.613,22

Nota: Determinación del punto de equilibrio para los tallos de 60 cm. Investigación de campo, Por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

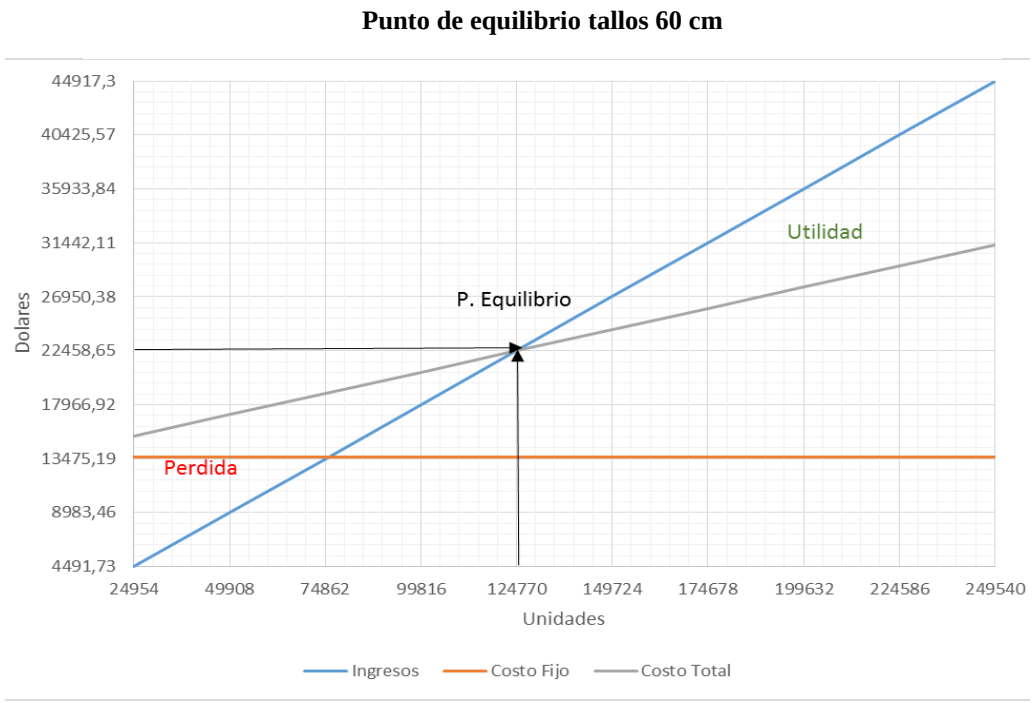


Figura 34. Punto de equilibrio tallos 60 cm
Por R. Campaña, M. Tutillo & L.Verjan

5.4 Estados financieros

Al final de cada periodo es necesario presentar informes anuales, a continuación se muestra el estado de pérdidas y ganancias y el balance general proyectado.

5.4.1 Estado de costos de producción

Para finalizar con el inventario del Ruscus, se detalla a continuación los costos de producción

Tabla 56. Estado de costos de producción de Greens Ecuador

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN					
PERIODO	2015	2016	2017	2018	2019
UNIDADES PRODUCIDAS	UND 1.060.290	UND 1.211.760	UND 1.363.230	UND 1.514.700	UND 1.514.700
MATERIA PRIMA					
INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA	$ -	$ 3.180,87	$ 3.773,06	$ 4.405,56	$ 5.080,59
INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA EN TRANSITO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
TOTAL DE INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA	$ -	$ 3.180,87	$ 3.773,06	$ 4.405,56	$ 5.080,59
COMPRAS DE MATERIA PRIMA					
MATERIA PRIMA	$ 63.617,40	$ 75.461,14	$ 88.111,26	$ 101.611,86	$ 105.462,95
TOTAL COMPRA MATERIA PRIMA	**$ 63.617,40**	**$ 75.461,14**	**$ 88.111,26**	**$ 101.611,86**	**$ 105.462,95**
(-) INV. FINAL DE MATERIA PRIMA	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-) INV. FINAL DE MATERIA PRIMA EN TRAN.	$ 3.180,87	$ 3.773,06	$ 4.405,56	$ 5.080,59	$ 5.273,15
(-) TOTAL DE INV. FINAL DE MATERIA PRIMA	**$ (3.180,87)**	**$ (3.773,06)**	**$ (4.405,56)**	**$ (5.080,59)**	**$ (5.273,15)**
MATERIA PRIMA CONSUMIDA	**$ 60.436,53**	**$ 74.868,96**	**$ 87.478,75**	**$ 100.936,83**	**$ 105.270,40**
MANO DE OBRA					
SALARIOS	$ 5.781,29	$ 6.976,52	$ 7.674,17	$ 8.441,59	$ 9.285,75
MANO DE OBRA UTILIZADA	**$ 5.781,29**	**$ 6.976,52**	**$ 7.674,17**	**$ 8.441,59**	**$ 9.285,75**
COSTOS IND. DE FABRICACIÓN					
MATERIALES DE POSCOSECHA	$ 655,40	$ 680,25	$ 706,05	$ 732,82	$ 760,61
INSUMOS INDIRECTOS	$ 608,34	$ 721,60	$ 842,56	$ 971,66	$ 1.008,49
UNIFORMES	$ 30,00	$ 31,14	$ 32,32	$ 33,54	$ 34,82
MANO DE OBRA INDIRECTA	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
DEPRECIACION PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	$ 520,77	$ 520,77	$ 520,77	$ 520,77	$ 520,77
SERVICIOS BASICOS	$ 200,25	$ 207,84	$ 215,72	$ 223,91	$ 232,40
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
EQUIPOS DE EMERGENCIA	$ 114,16	$ 118,49	$ 122,98	$ 127,65	$ 132,49
SUMINISTROS DE ASEO	$ 44,45	$ 46,14	$ 47,89	$ 49,70	$ 51,59
ARRIENDO TERRENO	$ 450,00	$ 467,06	$ 484,78	$ 503,16	$ 522,24
SEGURO DE MAQUINARIA	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	**$ 2.623,37**	**$ 2.793,29**	**$ 2.973,07**	**$ 3.163,21**	**$ 3.263,39**
COSTO DE PRODUCCIÓN MP +MO + CIF	**$ 68.841,20**	**$ 84.638,77**	**$ 98.126,00**	**$ 112.541,63**	**$ 117.819,54**
COSTOS DE PRODUCCIÓN EN UNIDADES					
TOTAL DE LOS COSTOS PRODUCCIÓN	**$ 68.841,20**	**$ 84.638,77**	**$ 98.126,00**	**$ 112.541,63**	**$ 117.819,54**
UNIDADES PRODUCIDAS	1.060.290	1.211.760	1.363.230	1.514.700	1.514.700
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	**$ 0,06**	**$ 0,07**	**$ 0,07**	**$ 0,07**	**$ 0,08**
COSTOS DE VENTAS					
INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS TERM.		$ 6.884,12	$ 8.463,88	$ 9.812,60	$ 11.254,16
(+) COMPRA DE MATERIA PRIMA	$ 68.841,20	$ 84.638,77	$ 98.126,00	$ 112.541,63	$ 117.819,54
(-) INVENTARIO FINAL PRODUCTOS TERM.	$ 6.884,12	$ 8.463,88	$ 9.812,60	$ 11.254,16	$ 12.379,58
= COSTO DE VENTAS	**$ 61.957,08**	**$ 76.174,89**	**$ 88.313,40**	**$ 101.287,47**	**$ 105.439,96**

COSTOS DE VENTAS EN UNIDADES					
UNIDADES					
UNIDADES PRODUCIDAS	UND 1.060.290	UND 1.211.760	UND 1.363.230	UND 1.514.700	UND 1.514.700
(-) UNIDADES VENDIDAS	UND 954.261	UND 1.090.584	UND 1.226.907	UND 1.363.230	UND 1.355.547
UNIDADES EN BODEGA	UND 106.029	UND 121.176	UND 136.323	UND 151.470	UND 159.153
COSTO UNITARIO	$ 0,06	$ 0,07	$ 0,07	$ 0,07	$ 0,08
INVENTARIO DE MERCADERÍA	**$ 6.884,12**	**$ 8.463,88**	**$ 9.812,60**	**$ 11.254,16**	**$ 12.379,58**

Nota**:** Estado de costos de producción. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.4.2 Estado de pérdidas y ganancias

"Este estado se sustenta en estimaciones de ingresos, costos y gastos, que elaborados objetivamente permitirán definir la utilidad, la relación costo ventas/ventas totales, rentabilidad y a su vez permite ver la viabilidad o no del proyecto." (Dumrauf, Guillermo L., 2006)

Tabla 57. Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
PERIODOS	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
	MONTO	**MONTO**	**MONTO**	**MONTO**	**MONTO**
Ingresos					
Ingresos de actividades ordinarias					
Venta de Tallos	165.104,12	195.845,56	219.069,19	263.725,12	273.725,58
Costos de venta y producción	61.957,08	83.059,01	96.777,27	111.100,07	116.694,12
Costos					
MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VENDIDOS	**53.552,41**	**73.289,20**	**86.130,03**	**99.495,27**	**104.144,98**
(+) INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA	-	3.180,87	3.773,06	4.405,56	5.080,59
(+) COMPRAS NETAS LOCALES DE MATERIA PRIMA	63.617,40	75.461,14	88.111,26	101.611,86	105.462,95

(-) INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA	3.180,87	3.773,06	4.405,56	5.080,59	5.273,15
(+) INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS TERMINADOS	-	6.884,12	8.463,88	9.812,60	11.254,16
(-) INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	6.884,12	8.463,88	9.812,60	11.254,16	12.379,58
(+) MANO DE OBRA DIRECTA	**5.781,29**	**6.976,52**	**7.674,17**	**8.441,59**	**9.285,75**
SALARIOS	5.781,29	6.976,52	7.674,17	8.441,59	9.285,75
(+) COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	**2.623,37**	**2.793,29**	**2.973,07**	**3.163,21**	**3.263,39**
MATERIALES DE POSCOSECHA	655,40	680,25	706,05	732,82	760,61
INSUMOS INDIRECTOS	608,34	721,60	842,56	971,66	1.008,49
UNIFORMES	30,00	31,14	32,32	33,54	34,82
DEPRECIACION PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	520,77	520,77	520,77	520,77	520,77
SERVICIOS BASICOS	200,25	207,84	215,72	223,91	232,40
EQUIPOS DE EMERGENCIA	114,16	118,49	122,98	127,65	132,49
SUMINISTROS DE ASEO	44,45	46,14	47,89	49,70	51,59
ARRIENDO TERRENO	450,00	467,06	484,78	503,16	522,24
GANANCIA BRUTA	**103.147,04**	**112.786,55**	**122.291,91**	**152.625,06**	**157.031,46**
GASTOS	**16.759,20**	**14.672,36**	**15.131,11**	**15.450,20**	**15.963,28**
GASTOS	**14.237,57**	**12.602,48**	**13.566,24**	**14.449,90**	**15.594,13**
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	3.440,05	3.992,93	4.392,22	4.831,45	5.314,59
SERVICIOS BASICOS	66,75	69,28	71,91	74,64	77,47
ARRIENDO ADMINISTRATIVO	150,00	155,69	161,59	167,72	174,08
TELEFONO E INTERNET	1.020,00	1.058,68	1.098,82	1.140,49	1.183,74
SUMINISTROS DE OFICINA	360,00	373,65	387,82	402,53	417,79
DEPRECIACIONES EQUIPOS DE COMPUTACION	166,22	166,22	166,22	-	-
DEPRECIACIONES MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACION	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50
GASTOS EQUIPO DE OFICINA	70,00	-	-	-	-
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	2.830,00	-	-	-	-
SUELDO VENDEDOR	3.440,05	3.992,93	4.392,22	4.831,45	5.314,59
GASTOS DE PUBLICIDAD	440,00	456,68	474,00	491,98	510,63

DEPRECIACIONES MUEBLES Y ENSERES VENTAS	-	-	-	-	-
TRANSPORTE	2.160,00	2.241,91	2.326,92	2.415,16	2.506,74
Gastos financieros	**2.521,62**	**2.069,88**	**1.564,87**	**1.000,30**	**369,15**
Otros ingresos	-	-	-	-	-
Otros egresos	-	-	-	-	-
UTILID (PERD) ANTES PARTICIPACION	86.387,84	98.114,19	107.160,81	137.174,86	141.068,18
15% Participación trabajadores	12.958,18	14.717,13	16.074,12	20.576,23	21.160,23
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS	73.429,67	83.397,06	91.086,69	116.598,63	119.907,95
Impuesto a la renta 22%	16.154,53	18.347,35	20.039,07	25.651,70	26.379,75
UTILIDAD PARA DISTRIBUCIÓN	**57.275,14**	**65.049,71**	**71.047,61**	**90.946,93**	**93.528,20**
Reserva legal	5.727,51	6.504,97	7.104,76	9.094,69	9.352,82
UTILIDAD NETA SOCIOS	**51.547,63**	**58.544,74**	**63.942,85**	**81.852,24**	**84.175,38**

Nota**:** Estado de pérdidas y ganancias. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.4.3 Balance general proyectado

Tabla 58. Balance general proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
CONCEPTO	**PRE OPERACIONAL**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo	14.051,202	87.325,051	150.653,849	218.763,187	312.971,708	401.126,292
Inventario de Materia Prima		3.180,870	3.773,057	4.405,563	5.080,593	5.273,148
Inventario Producto Terminado		6.884,120	8.463,877	9.812,600	11.254,163	12.379,580
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	14.051,202	97.390,040	162.890,783	232.981,350	329.306,465	418.779,020
ACTIVOS NO CORRIENTES						
Propiedad, Planta y Equipo	11.383,600	11.383,600	11.383,600	11.383,600	11.383,600	11.383,600
Depreciación acumulada propiedad planta y equipo		781,497	1.562,994	2.344,490	2.959,767	3.575,044
SUBTOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	11.383,600	10.602,103	9.820,606	9.039,110	8.423,833	7.808,556
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	11.383,600	10.602,103	9.820,606	9.039,110	8.423,833	7.808,556
TOTAL DE ACTIVOS	**25.434,802**	**107.992,144**	**172.711,390**	**242.020,459**	**337.730,297**	**426.587,576**
PASIVO CORRIENTE						
Porción corriente deuda de Largo Plazo	0,000					
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Gastos acumulados por pagar (utilidades e impuestos)	0,000	29.112,704	33.064,482	36.113,192	46.227,926	47.539,977
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	0,000	29.112,704	33.064,482	36.113,192	46.227,926	47.539,977
PASIVO NO CORRIENTE	24.234,802	20.404,299	16.122,057	11.334,803	5.982,977	0,000
TOTAL DE PASIVOS	24.234,802	49.517,003	49.186,540	47.447,995	52.210,903	47.539,977
PATRIMONIO						
Capital Social pagado	1.200,000	1.200,000	1.200,000	1.200,000	1.200,000	1.200,000
Reserva Legal	0,000	5.727,514	12.232,485	19.337,246	28.431,939	37.784,760
Futuras capitalizaciones	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Utilidad (pérdida) retenida	0,000	0,000	51.547,627	110.092,365	174.035,218	255.887,455
Utilidad (pérdida) neta	0,000	51.547,627	58.544,738	63.942,853	81.852,236	84.175,384
TOTAL DE PATRIMONIO	1.200,000	58.475,141	123.524,850	194.572,465	285.519,394	379.047,598
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	**25.434,802**	**107.992,144**	**172.711,390**	**242.020,459**	**337.730,297**	**426.587,576**

Nota**:** Balance general proyectado. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.4.4 Flujo de caja proyectado

El flujo de efectivo indica que los egresos que posee la empresa serán cubiertos de manera global con sus ingresos.

5.4.4.1 Flujo de caja sin financiamiento

Se presentan los flujos proyectados sin préstamo bancario de los 5 años para conocer los flujos netos del proyecto.

Tabla 59. Flujo de caja sin financiamiento

CONCEPTO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
INGRESOS		**165.104,12**	**195.845,56**	**219.069,19**	**263.725,12**	**273.725,58**
(-) COSTOS		61.957,08	83.059,01	96.777,27	111.100,07	116.694,12
(-) GASTOS OPERACIONALES		14.237,57	12.602,48	13.566,24	14.449,90	15.594,13
(-) GASTOS NO OPERACIONALES		2.521,62	2.069,88	1.564,87	1.000,30	369,15
TOTAL COSTOS Y GASTOS		**78.716,27**	**97.731,37**	**111.908,38**	**126.550,27**	**132.657,40**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		86.387,84	98.114,19	107.160,81	137.174,86	141.068,18
(-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES		12.958,18	14.717,13	16.074,12	20.576,23	21.160,23
UTILIDAD GRAVABLE		73.429,67	83.397,06	91.086,69	116.598,63	119.907,95
% IMPUESTO A LA RENTA CODIGO DE PRODUCCION		0,22	0,22	0,22	0,22	0,22
(-) IMPUESTO A LA RENTA		16.154,53	18.347,35	20.039,07	25.651,70	26.379,75
= UTILIDAD NETA		**57.275,14**	**65.049,71**	**71.047,61**	**90.946,93**	**93.528,20**
(+) DEPRECIACIÓN		781,50	781,50	781,50	615,28	615,28
(-) INVERSION INICIAL	25.434,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO		0,00	0,00	0,00	0,00	25.434,80
(+) VALOR DE SALVAMENTO						0,00
FLUJO NETO	**-25.434,80**	**58.056,64**	**65.831,21**	**71.829,11**	**91.562,21**	**119.578,28**

Nota**:** Proyección de flujos de caja sin financiamiento. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

5.4.4.2 Flujo de caja con financiamiento

Tabla 60. Flujo de caja con financiamiento

CONCEPTO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
INGRESOS		**165.104,12**	**195.845,56**	**219.069,19**	**263.725,12**	**273.725,58**
(-) COSTOS		61.957,08	83.059,01	96.777,27	111.100,07	116.694,12
(-) GASTOS OPERACIONALES		14.237,57	12.602,48	13.566,24	14.449,90	15.594,13
(-) GASTOS NO OPERACIONALES		2.521,62	2.069,88	1.564,87	1.000,30	369,15
TOTAL COSTOS Y GASTOS		**78.716,27**	**97.731,37**	**111.908,38**	**126.550,27**	**132.657,40**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		86.387,84	98.114,19	107.160,81	137.174,86	141.068,18
(-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES		12.958,18	14.717,13	16.074,12	20.576,23	21.160,23
UTILIDAD GRAVABLE		73.429,67	83.397,06	91.086,69	116.598,63	119.907,95
% IMPUESTO A LA RENTA CODIGO DE PRODUCCION		0,22	0,22	0,22	0,22	0,22
(-) IMPUESTO A LA RENTA		16.154,53	18.347,35	20.039,07	25.651,70	26.379,75
= UTILIDAD NETA		**57.275,14**	**65.049,71**	**71.047,61**	**90.946,93**	**93.528,20**
(+) DEPRECIACIÓN		781,50	781,50	781,50	615,28	615,28
(-) INVERSION INICIAL	25.434,80					
(+) RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		0,00	0,00	0,00	0,00	14.051,20
(+) PRÉSTAMO	24.234,80					
(-) PAGO CAPITAL DE PRESTAMO		3.830,50	4.282,24	4.787,25	5.351,83	5.982,98
(+) VALOR DE SALVAMENTO					219,66	
FLUJO NETO	**-1.200,00**	**54.226,14**	**61.548,96**	**67.041,86**	**86.430,04**	**102.211,71**
(+) **GASTOS NO PAGADOS**		***$ 29.112,70***	***$ 33.064,48***	***$ 36.113,19***	***$ 46.227,93***	***$ 47.539,98***
(-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES		12.958,18	14.717,13	16.074,12	20.576,23	21.160,23
(-) IMPUESTO A LA RENTA		16.154,53	18.347,35	20.039,07	25.651,70	26.379,75
(=) **FLUJO DE CAJA TOTAL DEL INVERSIONISTA**		***$ 83.338,84***	***$ 94.613,45***	***$ 103.155,05***	***$ 132.657,97***	***$ 149.751,68***
(+) Saldo Inicial		14.051,20	97.390,04	162.890,78	232.981,35	329.526,13
(-) Gastos pagados años anteriores			29.112,70	33.064,48	36.113,19	46.227,93
(-) Recuperación del Capital de Trabajo						
(=) **TOTAL EN EFECTIVO Y EQUIVALENTES**		***$ 97.390,04***	***$ 162.890,78***	***$ 232.981,35***	***$ 329.526,13***	***$ 433.049,88***

Nota**:** Proyección de flujos de caja con financiamiento. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

CAPÍTULO 6
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

El desarrollo de la evaluación financiera permitirá a los asociados tomar la decisión de si aceptar o rechazar el proyecto en base a la rentabilidad que este les puede ofrecer.

6.1 Criterios a evaluar

Para realizar la evaluación del proyecto se utilizará el flujo de caja neto y se aplican los siguientes criterios:

- Análisis de costo ponderado del capital que financia el proyecto (TMAR) con y sin financiamiento.
- Valor actual neto (VAN) con y sin financiamiento.
- Tasa interna de retorno (TIR) con y sin financiamiento.
- El periodo real de recuperación de la inversión PAYBACK.
- Relación beneficio/costo.

6.1.1 Costo promedio ponderado de capital (TMAR)

También llamada como tasa mínima de atractiva de rendimiento, es una tasa que nos sirve para evaluar financieramente tanto la viabilidad como la rentabilidad del proyecto. Se necesita determinar una tasa de descuento con que se aplicará la fórmula de valor actual a los flujos de caja proyectados para compararlos con la inversión inicial.

6.1.1.1 Costo promedio ponderado de capital (TMAR) con financiamiento

Tasa de inflación BCE = 5,10%

Tasa riesgo país BCE = 8,17%

Premio de riesgo BCE = 15%

TOTAL (TMAR) **= 28,27%**

Tabla 61. TMAR con financiamiento

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO			
FINANCIAMIENTO	**% APORTACION**	**TMAR**	**PONDERACION**
Aporte de asociados	5%	28,3%	1,4%
Crédito	95%	15,0%	14,2%
		TMAR GLOBAL	**16%**

Nota**:** Cálculo de la TMAR con financiamiento. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

ANÁLISIS:

- Para el cálculo de la tasa de descuento requerida por el inversionista se tomó en cuenta las tasas de inflación, riesgo país y costo de oportunidad esto en virtud de que el inversionista arriesga su dinero siempre que se consiga un crecimiento real, obteniendo así una TMAR de 28,3%.

6.1.1.2 Costo promedio ponderado de capital (TMAR) sin financiamiento

Tasa de inflación BCE = 3,79%

Tasa riesgo país BCE = 8,17%

Premio de riesgo BCE = 15%

TOTAL (TMAR) **= 26,96%**

Tabla 62. TMAR sin financiamiento

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO			
FINANCIAMIENTO	**% APORTACION**	**TMAR**	**PONDERACIÓN**
Aporte de asociados	100%	26,96%	27%
Crédito	0%	0,0%	0%
		TMAR GLOBAL	**27%**

Nota**:** Cálculo de la TMAR sin financiamiento. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

ANÁLISIS:

- Para el cálculo de la tasa de descuento requerida por el inversionista se tomó en cuenta las tasas de inflación promedio de los últimos cinco años, y se mantiene el riesgo país y costo de oportunidad, obteniendo así una TMAR de 27%.

6.1.2 Valor actual neto

Para su cálculo se toman los valores del flujo de caja neto del inversionista y se considera la TMAR.

6.1.2.1 Valor actual neto con financiamiento

Tabla 63. Valor actual neto con financiamiento

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + ... + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

			2015		2016		2017		2018		2019
VAN=	**-25.434,80**	+	$\frac{83338,84}{(1+0,16)^1}$	+	$\frac{94613,45}{(1+0,16)^2}$	+	$\frac{103155,05}{(1+0,16)^3}$	+	$\frac{132657,97}{(1+0,16)^4}$	+	$\frac{149751,68}{(1+0,16)^5}$
VAN=	**-25.434,80**	+	$\frac{83338,84}{1,16}$	+	$\frac{94613,45}{1,34}$	+	$\frac{103155,05}{1,55}$	+	$\frac{132657,97}{1,79}$	+	$\frac{149751,68}{2,07}$
VAN=	**-25.434,80**	+	**72.076,17**	+	**70.768,72**	+	**66.730,32**	+	**74.218,17**	+	**72.459,09**
VAN=	**-25.434,80**	+	**356.252,46**								
VAN=	**330.817,66**										

Nota**:** Valor actual neto del proyecto con financiamiento. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

ANÁLISIS:

- El valor presente de los flujos que genera el proyecto menos la inversión nos da como resultado un VAN de $330.817,66; lo que nos indica que la inversión es aceptable y el proyecto se paga a sí mismo, pues proporciona el 16% de costo de capital y además genera $330.817,66 a valor actual que puede ser entregado como dividendo a los asociados.

6.1.2.2 Valor actual neto sin financiamiento

Tabla 64. Valor actual neto sin financiamiento

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + ... + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

			2015		2016		2017		2018		2019
VAN=	**-25.434,80**	+	$\frac{83338,84}{(1+0,27)^1}$	+	$\frac{94613,45}{(1+0,27)^2}$	+	$\frac{103155,05}{(1+0,27)^3}$	+	$\frac{132657,97}{(1+0,27)^4}$	+	$\frac{149751,68}{(1+0,27)^5}$
VAN=	**-25.434,80**	+	$\frac{83338,84}{1,27}$	+	$\frac{94613,45}{1,61}$	+	$\frac{103155,05}{2,05}$	+	$\frac{132657,97}{2,60}$	+	$\frac{149751,68}{3,30}$
VAN=	**-25.434,80**	+	**65641,81**	+	**58697,42**	+	**50406,87**	+	**51058,22**	+	**45398,04**
VAN=	**-25.434,80**	+	**271202,37**								
VAN=	**245.767,57**										

Nota**:** Valor actual neto del proyecto sin financiamiento. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

ANÁLISIS:

- El valor presente de los flujos que genera el proyecto menos la inversión nos da como resultado un VAN de $245.767,57; lo que nos indica que la inversión también es aceptable si es financiada exclusivamente por fondos propios porque el proyecto se paga a sí mismo aun cuando proporciona el 27% de costo de capital.

6.1.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Esta tasa evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Esta tasa debe ser mayor a la TMAR y para su cálculo se utiliza el método de extrapolación que consiste en hallar tasas de descuento que den como resultado a un VAN negativo y otro positivo, utilizando en flujo de caja neto del inversionista.

$$TIR = TDi + (TDs - TDi)\frac{VAi}{VAi - VAs}$$

Dónde:

TIR = Tasa interna de retorno

TDi = Tasa de descuento menor

TDs = Tasa de descuento mayor

VAi = Valor actual menor

VAs = Valor actual mayor

6.1.3.2 Tasa interna de retorno (TIR) sin financiamiento

Tabla 65. Tasa interna de retorno sin financiamiento

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FNC	FACTOR DE ACT. 25%	VAN MENOR	FACTOR DE ACT. 45%	VAN MAYOR
0	-25434,80		-25434,80		-25434,80
2015	83338,84	0,800000	66671,07	0,689655	57475,06
2016	94613,45	0,640000	60552,61	0,475624	45000,45
2017	103155,05	0,512000	52815,38	0,328017	33836,58
2018	132657,97	0,409600	54336,70	0,226218	30009,68
2019	149751,68	0,327680	49070,63	0,156013	23363,17
			258.011,60		164250,14

TIR= 45% + $\frac{(0,25-0,45)*164.250,14}{164.250,14 \quad -258.011,60}$

TIR= 45% + $\frac{-32.850,0}{-93.761,5}$

TIR= 45% + 35%

TIR= 80%

Nota**:** Tasa interna de retorno del proyecto sin financiamiento. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo&L. Verjan, 2014.

ANÁLISIS:

- El costo promedio ponderado para el proyecto sin financiamiento es del 27%, porcentaje menor al 80% que da como resultado la tasa interna de retorno, por lo tanto es viable realizarlo, es decir, se recomienda su ejecución.

6.1.3.1 Tasa interna de retorno (TIR) con financiamiento

Tabla 66. Tasa interna de retorno con financiamiento

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FNC	FACTOR DE ACT. 72%	VAN MENOR	FACTOR DE ACT. 74%	VAN MAYOR
0	-25.434,80		-25.434,80		-25.434,80
2015	83.338,84	0,58	48.452,81	0,57	47.895,88
2016	94.613,45	0,34	31.981,29	0,33	31.250,31
2017	103.155,05	0,20	20.272,40	0,19	19.581,36
2018	132.657,97	0,11	15.157,22	0,11	14.472,26
2019	149.751,68	0,07	9.947,86	0,06	9.389,13
			100.376,78		97.154,14

TIR= 72% + $\frac{(0,74-0,72)*97.154,14}{97.154,14 \quad -100.376,78}$

TIR= 72% + $\frac{-1.943,08}{-3.222,63}$

TIR= 72% + 60%

TIR= 134%

Nota**:** Tasa interna de retorno del proyecto con financiamiento. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

ANÁLISIS:

- Como el costo promedio ponderado para el proyecto con financiamiento es del 16% y es menor al 134% que da como resultado la tasa interna de retorno, por lo tanto es viable realizarlo, es decir, se recomienda su ejecución.

6.1.4 Relación beneficio/costo

Para encontrar la relación del beneficio/costo, se suman los flujos descontados desde el 2015 hasta el 2019, los cuales fueron calculados con el VAN y se divide para la inversión.

Tabla 67. Relación beneficio/costo

RELACION BENEFICIO/COSTO						
	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION DE INGRESOS		
AÑOS	COSTO TOTAL	FACTOR DE ACT. 20,0%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO TOTAL	FACTOR DE ACT. 20,0%	INGRESO ACTUALIZADO
2015	88.795	0,833333	73.996	165104	0,833333	137.587
2016	97.672	0,694444	67.828	195846	0,694444	136.004
2017	111.571	0,578704	64.567	219069	0,578704	126.776
2018	126.257	0,482253	60.888	263725	0,482253	127.182
2019	131.471	0,401878	52.835	273726	0,401878	110.004
			320.113			**637.553**

RELACIÓN BENEFICIO COSTO= $\frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$

RELACIÓN BENEFICIO COSTO= $\frac{637.553,20}{320.113,02}$

RELACIÓN BENEFICIO COSTO= 1,99

Nota**:** Relación beneficio/costo del proyecto. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

ANÁLISIS:

- se puede ver que por cada dólar que se venda, se obtendrá $0,99 de ganancia.

6.1.5 Periodo real de recuperación del capital o Payback

El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo que tarde exactamente en ser recuperada la inversión inicial basándose en los flujos que genera en cada periodo de su vida útil.

Tabla 68. Periodo real de recuperación

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
	25.434,80	
2015		83.338,84
2016		94.613,45
2017		103.155,05
2018		132.657,97
2019		149.751,68
TOTAL		**563.516,99**

Nota**:** Periodo real de recuperación del capital del proyecto. Investigación de campo, por R. Campaña, M. Tutillo & L. Verjan, 2014.

PERIODO DE RECUPERACIÓN= $\frac{\text{FLUJO NETO-INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO (ÚLTIMO AÑO)}}$

PERIODO DE RECUPERACIÓN= $\frac{563.516,99 \ -25.434,80}{149.751,68}$

PERIODO DE RECUPERACIÓN= $\frac{538.082,19}{149.751,68}$

PERIODO DE RECUPERACIÓN=	**3,59**	**AÑOS**
0,59 X 12	**7,08**	**MESES**
0,08 X 30	**2,40**	**DIAS**

LA INVERSIÓN SE RECUPERARÁ EN **3** AÑOS **7** MESES Y **2** DÍAS

CONCLUSIONES

- La creación de la Asociación Agrícola Greens Ecuador favorece la producción de Ruscus en el sector de Guayllabamba, Yaruquí y Checa porque permite mejorar los procesos productivos estableciendo funciones para cada asociado e incentiva y promueve la producción a escala de este producto, que es nuevo en el país pero que tiene una gran acogida en el sector florícola.

- Entre los beneficios que los asociados pueden tener al crear una asociación bajo la ley de la economía popular y solidaria está el poder obtener financiamiento con tasas activas de interés más bajas y el apoyo del estado en la ejecución de las actividades productivas de desarrollo.

- Al ofrecer en el mercado florícola un producto no explotado se genera un dinamismo en el mercado porque se benefician tanto los compradores, productores y la sociedad generando fuentes de empleo, desarrollo en la región y confianza al productor para darle valor agregado a su producto.

- Al trabajar con producción a escala, los costos de producción para los asociados bajan significativamente aún más cuando se trabaja bajo el modelo asociativo, porque se puede trabajar con los proveedores de insumos en mejores condiciones de compra.

- A través del estudio económico financiero se puede concluir que es viable y rentable la creación de la Asociación Agrícola Greens Ecuador permitiendo obtener a los asociados mayores rendimientos en su inversión y la corta recuperación del capital.

RECOMENDACIONES

- Es importante que los productores estandaricen los procesos productivos, administrativos y de comercialización para obtener mayores rendimientos en su inversión.

- Los productores de Ruscus deben dejar el egoísmo del negocio y fomentar el trabajo en equipo compartiendo sus conocimientos y experiencias en el mercado a sus colegas para poder surgir juntos.

- Según el estudio realizado es importante considerar que los socios mantenga capacitaciones continuas y reuniones para el conocimiento de las normas que deben cumplir, con el fin de satisfacer las exigencias de sus clientes.

- Priorizar la calidad del producto antes y durante el proceso productivo para realizar la entrega de la materia prima en el centro de acopio en óptimas condiciones y el producto pueda ser preservado en bodega sin ningún problema mientras es distribuido.

LISTA DE REFERENCIAS

Asamblea Nacional del Ecuador. (14 de abril de 2011). *Ley orgánica de la economía popular y solidaria.* Obtenido de Lexis: http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_econ.pdf

Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de Proyectos* (Cuarta ed.). Naucalpan de Juárez, México: McGraw-Hill.

Banco Central del Ecuador. (7 de agosto de 2013). *Tasa de inflación*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion

Bernal Cesar Augusto. (2006). *Metodología de la investigación.* México: 2da Edición.

Brundtland, G. (23 de junio de 2007). *Comisión mundial sobre ambiente y desarrollo.* Obtenido de Wordpress: http://desarrollosostenible.wordpress.com/2006/09/27/informe-brundtland/

Caballero, M. (2004). *Cultivo industrial de plantas de maceta.* Madrid, España.

Chahin, M. G. (2012). Cultivo del Ruscus Italiano. *Cultivo de follajes ornamentales*.

Ciro, M. (2007). *Estadística y muestreo.* Bogotá: Ecoe ediciones.

Dumrauf, Guillermo L. (2006). *Finanzas corporativas* (Segunda ed.). México, México: Alfaomega.

Hernández S., R. (1977). *Metodología de la investigación.* México: Mc Graw Hill.

Izquierdo Maldonado, C. (2011). *RETOS 1*. Quito: Abya-Yala.

Kothler y Armstrong. (2008). *Proyectos.* México: Alfaomega.

Menéses , Edilberto. (2004). Estudio económico financiero. En E. E. Álvarez, *Preparación y Evaluación de Proyectos* (pág. 137). Quito: Emproject.

Meneses, Edilberto. (2004). Ingeniería de proyectos. En E. M. Alvarez, *Preparación y evaluación de proyectos* (pág. 110). Quito: Quality Print.

PROECUADOR. (2013). *Análisis sector flores 2013*. Recuperado el marzo de 2014, de www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-flores-2013/

Servicio de Rentas Internas. (14 de diciembre de 2013). *Requisitos para sacar el RUC en Ecuador*. Recuperado el 20 de abril de 2014, de Tramites Ecuador Online: http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/

Silva, Jaime;. (15 de febrero de 2008). *El cultivo ornamental de Ruscus.* Recuperado el 23 de junio de 2013, de Técnicas de invernadero: http://agrytec.com/agricola/index.php?option=com_content&view=article&id=7161:el-cultivo-ornamental-del-ruscus-una-buena-opcion-para-el-relleno-de-bouquets&catid=53:articulos-tecnicos&Itemid=28

Sotillo Salazar, H. (23 de 5 de 2009). *Como tabular, presentar y analizar los datos de una encuesta.* Recuperado el 10 de junio de 2013, de Introducción a la investigación: http://introduccionalainvestigacionugmafdd.blogspot.com/2009/02/como-tabular-presentar-y-analizar-los_1348.html

Superintencia de Economía Popular y Solidaria. (27 de febrero de 2012). *Reglamento a la ley orgánica de la economía popular y solidaria.* Recuperado el 15 de mayo de 2014, de Lexis: http://www.seps.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=dda0d545-4998-4b61-9bd9-7185090766ef&groupId=10157

Urbina, Andrés. (18 de enero de 2012). *Tasas de interés activas*. Recuperado el 31 de octubre de 2014, de Banco Nacional de Fomento: https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=49%3Atasas-de-interes-activas&catid=20%3Atransparencia-de-informacion&Itemid=88&lang=es

ANEXOS

Anexo 1. Carta de auspicio

Quito, 23 de junio de 2014

Señora Directora
GRACE MOREANO
UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA
Ciudad.-

De nuestra consideración:

Los aquí presentes en calidad de propietarios y productores de pequeñas plantaciones de Ruscus ubicadas en las parroquias de Guayllabamba, Yaruquí y Checa, según sea el caso, autorizamos a los señores Ruth Maribel Campaña Machuca, Mauricio Javier Tutillo Yánez y Linda Lorena Verjan Trujillo portadores de las cédulas de identidad No. 1719662130, 1110500791 respectivamente, estudiantes de la carrera de Administración de Empresas a fin de que realicen su trabajo de investigación para la elaboración de su tesis de pregrado con la información obtenida de nuestra experiencia en el sector, con el objetivo de incentivar la creación de una asociación que nos permita tener representación gremial y mejorar los procesos de comercialización.

Sin otro particular, suscribimos de Usted.

Atentamente,

Mary M. Morales Muñoz
CI 170304643-1

1711149304-7

171549640-0

CI: 172322830-8

100222383-0

1721910941-9

1718772624-0

1707217750

Anexo 2. Encuesta aplicada

ENCUESTA

DIRIGIDA A LAS FLORÍCOLAS UBICADAS EN LA CIUDAD DE CAYAMBE

El presente estudio de investigación busca recabar datos para conocer la manera de abastecimiento de la planta ornamental Ruscus de las florícolas del sector de Cayambe, esta encuesta es elaborada de manera independiente; y su uso y aplicación es enteramente académica.

Sector: Norte_____ Centro_____ Sur_____

1.- ¿Utiliza usted el follaje ornamental Ruscus?
Sí _____ No _____
Si su respuesta es no, termina la encuesta.

2.- Si ha utilizado Ruscus, ¿Qué tipo de proveedores prefiere?
Nacional _____ Extranjero _____

3.- En términos de cantidad, la producción nacional cumple sus expectativas?
Sí _____ No _____

4.- Si los pequeños productores de Ruscus de las parroquias de Guayllabamba, Yaruquí y Checa formaran una asociación legal y formal, apoyaría la iniciativa con la compra del Ruscus a esta institución
Sí _____ No _____
Por que
_____

5.- Al adquirir el Ruscus, es de su preferencia trabajar con:
Intermediarios _____
Productores Individuales _____
Productores Asociados _____
Otros _____

6.- Con qué frecuencia adquiere el Ruscus?

Diario _____

Semanal _____

Quincenal _____

Mensual _____

7.- Que largos de tallos utiliza en su mayoría para elaborar los bouquets?

40 cm _____
50 cm _____
60 cm en adelante _____

8.- De acuerdo a su capacidad productiva ¿Qué cantidad de tallos de Ruscus necesitaría a la semana para realizar los bouquets?

1 a 500 tallos _____
501 a 1.000 tallos _____
1.001 a 2.000 tallos _____
Más de 2.000 tallos _____

9.- Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por un tallo de Ruscus?

40 cm
Usd$ 0.10 ____ Usd$ 0.11 ____ Usd$ 0.12 ____ Usd$ 0.13____
50 cm
Usd$ 0.14 ____ Usd$ 0.15 ____ Usd$ 0.16 ____ Usd$ 0.17____
60 cm
Usd$ 0.18 ____ Usd$ 0.19 ____ Usd$ 0.20 ____ Usd$ 0.21____

10.- Para que el producto llegue a sus instalaciones utiliza:

Transporte propio _____
Recibe el producto en la finca _____

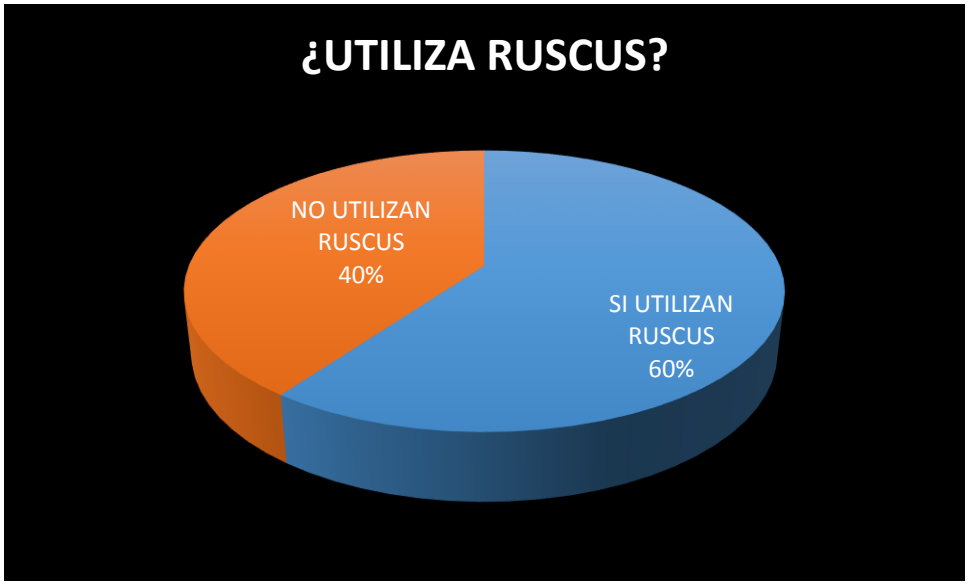
Agradecemos su amable atención, gracias por sus respuestas.

Anexo 3. Encuesta piloto

	ESTABLECIMIENTO	UTILIZA RUSCUS SI/NO
EXPOFLORES	DENMAR S.A.	SÍ
	ECUADORUNIQUECOLLECTION S.A.	NO
	ECUANROSCANADA S.A.	NO
	ECUATORIAN FLOWERGRUNKO CIA. LTDA.	NO
	EDENROSES CIA. LTDA.	SÍ
	EL ROSEDAL	SÍ
	EMIHANA CIA. LTDA.	NO
	FALCON FARMS DE ECUADOR S.A.	SÍ
	FIORENTINA FLOWERS S.A.	SÍ
	FISCELAFLOWER CIA. LTDA.	NO
	FLORECAL FLORES	SÍ
	FLORELOY	SÍ
	FLORES VERDES S.A.	NO
	FLORICULTURA JOSERFLOR	NO
	FLOWER VILLAGE CIA. LTDA.	SÍ
	GALAPAGOS FLORES	SÍ
	GARDAEXPORT S.A.	SÍ
	GIROWERFARMS	SÍ
	HOJAVERDE CIAL LTDA.	SÍ
	JARDINES DE CAYAMBE	SÍ
NO AFILIADAS	ROSEL (ROSAS SELECTAS)	SÍ
	JUMBO ROSES	SÍ
	FLORES LA JULIANA	SÍ
	FLORIFRUT S.A.	NO
	DREAMS FARMS	SÍ
	NIKITA FLOWERS	NO
	FLORANA	SÍ
	BOUTIQUE FLOWERS	SÍ
	BECKY FLOWERS	SÍ
	UNITED FLOWERS	NO
	FLORAL STAR	NO
	SERFIDEC	SÍ
	FLORICOLA LAS MARIAS	NO
	LUXUS BLUMEN	NO
	FLOR AROMA	NO

	KAVFORT	NO
	MARLEDIAN	SÍ
	MISTIC FLOWERS	SÍ
	FLORICOLA SAN LUIS	NO
	FLORES DE NAPOLES	SÍ

SI UTILIZAN RUSCUS	**24**
NO UTILIZAN RUSCUS	**16**
TOTAL FINCAS ENCUESTADAS	**40**



Anexo 4. Constitución de la asociación

superintendencia de ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Constitución Asociación

ANEXO 2

superintendencia de ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Señor
Superintendente de Economía Popular y Solidaria
Presente.-

De mi consideración:

Yo, _____ portador de la cédula de identidad No _____ . en mi calidad de Presidente Provisional, comparezco ante usted y solicito iniciar el trámite de constitución de la COOPERATIVA ☐ / ASOCIACIÓN ☐ denominada:

_____

que operará en la Parroquia de _____ , del Cantón _____ , de la Provincia _____ : según consta en el Acta de Constitución y demás documentos que se adjuntan.

Para futuras notificaciones registro como domicilio la siguiente Información:

Dirección: _____

Teléfono convencional: _____

Teléfono celular _____

Correo electrónico: _____

Atentamente,

_____

Firma
Nombres y Apellidos Completos: _____

CI _____

5

Anexo 5. Acta de constitutiva de la asociación

superintendencia de ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Constitución Asociación

ANEXO 3

ACTA CONSTITUTIVA

ASOCIACIÓN Haga clic aquí para escribir texto.

A los Elija un elemento. días del mes de Elija un elemento. del año Elija un elemento., en la Parroquia Haga clic aquí para escribir texto., del Cantón Haga clic aquí para escribir texto., de la Provincia Haga clic aquí para escribir texto., de la República del Ecuador, nos reunimos un grupo de Haga clic aquí para escribir texto. personas que voluntariamente deseamos constituir y administrar el funcionamiento de la Asociación denominada "Haga clic aquí para escribir texto.", cuyo domicilio será el cantón Haga clic aquí para escribir texto., ubicado en la provincia de Haga clic aquí para escribir texto., la misma que tendrá una duración Haga clic aquí para escribir texto..

El objeto social principal de la asociación "Haga clic aquí para escribir texto." es: Haga clic aquí para escribir texto.

Una vez que se han establecido la estructura y fines de la asociación "Haga clic aquí para escribir texto.", lo constituimos con un Capital Social Inicial total de USD Haga clic aquí para escribir texto. dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Con el objetivo de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica para nuestra asociación en formación, ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se eligió un directorio provisional el cual queda integrado por las siguientes personas:

PRESIDENTE PROVISIONAL:Haga clic aquí para escribir texto. Haga clic aquí para escribir texto.

SECRETARIO PROVISIONAL:Haga clic aquí para escribir texto. Haga clic aquí para escribir texto.

TESORERO PROVISIONAL: Haga clic aquí para escribir texto. Haga clic aquí para escribir texto.

Con las condiciones y responsabilidades definidas que aceptamos al integrarnos a esta organización, procedemos a firmar la presente Acta de Constitución de la Asociación.

Para constancia y aceptación del Acta, firmamos a los Elija un elemento. días del mes de Elija un elemento. del año Elija un elemento..

CONSTITUYENTES:

Nombres y apellidos completos	Nacionalidad	Número de Cédula	Firma
……	……	……	_____
……	……	……	_____

6

ANEXO 6

Nombre de la Organización (como consta en la reserva de denominación)	
Número total de socios fundadores	

Número de Cédula	Apellidos	Nombres	Ocupación	Valor inicial en dólares	Firma

Yo, ... en mi calidad de SECRETARIO PROVISIONAL de la Organización ....., domiciliada en la ciudad de ..... en forma libre y voluntaria, en cumplimiento de mis funciones de acreditar la veracidad de los actos y documentos, DECLARO Y CERTIFICO QUE:

1. En virtud de lo establecido en el Art. 24 del Reglamento General a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, la Superintendencia podrá, en cualquier momento, verificar el cumplimiento de los requisitos reglamentarios y estatutarios, y en caso de incumplimiento, se aplicarán las sanciones correspondientes, se dejará sin efecto el registro y se ordenará la separación del socio.

2. Tengo pleno conocimiento de la responsabilidad civil y penal en que puedo incurrir en caso de comprobarse falsedad en mis declaraciones, por inconsistencias con los documentos a mi cargo, o por inexistencia de dichos documentos.
Ratificándome en el contenido de la presente DECLARACIÓN, la suscribo con la firma y rúbrica que uso en todos mis actos públicos y privados, que me comprometo a reconocer, en caso necesario o a requerimiento de autoridad.

3.- Que la organización cumple con el límite de aportaciones establecido por el inciso final del

artículo 49 de la Ley de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

Ratificándome en el contenido de la presente DECLARACIÓN, la suscribo con la firma y rúbrica que uso en todos mis actos públicos y privados, que me comprometo a reconocer en caso necesario o a requerimiento de autoridad.

LO DECLARO Y CERTIFICO, en ..... a los .... días del mes de..... del año.....

.....
(Nombres y apellidos)
CI: .....

.....
FIRMA DEL SECRETARIO PROVISIONAL

Anexo 6. Trámites SRI – formulario RUC01-A

SRI ...le hace bien al país! REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01-A	**INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO**	**ORIGINAL: SRI** **www.sri.gob.ec**

A.- IDENTIFICACIÓN

01	RUC
02	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL
03	NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL

Estimado Contribuyente, seleccione el trámite que va a realizar:

☐ **INSCRIPCIÓN**	☐ **ACTUALIZACIÓN**
* Si el trámite corresponde a Inscripción deberá marcar con una X y llenar todo el formulario. * No es necesario marcar con una X todas las secciones	* Si el trámite corresponde a Actualización, deberá marcar con una X adicionalmente en cada sección cuya información requiera actualizar y llenar todos los campos de dicha sección.

☐ **B.- RAZÓN SOCIAL - NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL (De conformidad a lo señalado en la sección A.- IDENTIFICACIÓN Sólo marcar en caso de ACTUALIZACIÓN**

☐ **C.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD**

04	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES		
	día	mes	año

☐ **D.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD (distinto a Constitución, cuando corresponda)**

ORIGEN (Escoja una opción)					
05	FUSIÓN		06	ESCISIÓN	

☐ **E.- DATOS DEL CONTADOR**

07	RUC CONTADOR	08	NOMBRE DEL CONTADOR

☐ **F.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL**

09	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL				
10	NACIONALIDAD	11	C.I., RUC O PASAPORTE	12	TIPO DE VISA (EXTRANJERO)
13	PROVINCIA	14	CANTÓN		
15	PARROQUIA	16	CALLE		
17	NÚMERO	18	INTERSECCIÓN		
19	REFERENCIA				
20	TELÉFONO (CELULAR O CONVENCIONAL)	21	CORREO ELECTRÓNICO		

☐ **G. - UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)**

22	PROVINCIA	23	CANTÓN	24	PARROQUIA		
25	CIUDADELA	26	BARRIO	27	CALLE	28	NÚMERO
29	INTERSECCIÓN	30	MANZANA	31	CONJUNTO	32	BLOQUE
33	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL			34	No. DE OFICINA	35	No. PISO
36	KM						
37	CAMINO	38	CARRETERO	39	REFERENCIA UBICACIÓN		

☐ **H. - MEDIOS DE CONTACTO DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)**

40	TELÉFONO 1	41	TELÉFONO 2	42	TELÉFONO 3	43	FAX
44	CELULAR	45	APARTADO POSTAL	46	CORREO ELECTRÓNICO	47	SITIO WEB

☐ **I.- ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES O BENEFICIARIOS**

	CÉDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social	NACIONALIDAD	DOMICILIO TRIBUTARIO (PAÍS O CIUDAD)	% PARTICIPACION
48						
49						
50						
51						
52						

☐ **J.- ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)**

☐ **K.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS ADICIONALES (MATRIZ) (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)**

El presente documento no puede ser presentado con tachones o enmendaduras, caso contrario debe ser reemplazado por un formulario nuevo

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

Nota: *Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).*	***AUTORIZACIÓN: Autorizo al señor/a*** _____ ***con cédula de identidad o ciudadanía, o pasaporte No.*** _____, ***para que realice la inscripción o actualización del RUC registrado en este formulario.***	**FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO**

Anexo 7. Lista de chequeo de Agrocalidad

AGROCALIDAD
AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador
Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro-AGROCALIDAD
Av. Eloy Alfaro y Amazonas esq., Edif. MAGAP, 9no. Piso
Teléfono: 005932 2 543319

No. 00000

LISTA DE CHEQUEO PROTOCOLO DE ENVIOS LIBRES DE TRIPS

Fecha de inspección : 4 de julio del 2013
Razón Social de la Empresa: Jardinex **Código de Registro:** 0670
Provincia Pichincha **Cantón** Quito **Parroquia** Checa
Productos Certificados Rosas sp (Cha.)

El Inspector Fitosanitario de **AGROCALIDAD** que suscribe después de realizar la verificación de implementación del protocolo de producción libre de trips, ha observado lo siguiente:

No.	EVALUACIÓN	SI	NO
1	Tiene la finca procedimientos para identificar sitios de mayor afectación por tríps en la plantación ?	—	—
2	Posee trampas (placas) adecuadas de monitoreo indirecto?	—	—
3	Las trampas (placas) estan colocadas a la altura de los botones florales o punto de crecimiento?	—	—
4	Estan las trampas (placas) distribuidas aleatoriamente ?	—	—
5	Existen trampas (placas) en todos los sitios de producción?	—	—
6	Tiene la finca al menos una placa cada 1000 m^2 ?	—	—
7	Se lavan las trampas (placas) al menos 1 vez por semana ?	—	—
8	Tienen las trampas (placas) al momento de la visita pegante?	—	—
9	En registros de monitoreo indirecto presenta un promedio de 3 trips / placa / bloque / finca	—	—
10	Revisa y registra diariamente en poscosecha el 5% de tallos presentes al momento de la inspección buscando trips?	—	—
11	Revisa y registra diariamente en poscosecha (visual) el 100% de la flor el daño de trips?	—	—
12	Presenta registros diarios de monitoreos directos en campo?	—	—
13	El monitoreador conoce el procedimiento y lo ejecuta adecuadamente?	—	—
14	Presenta registros (formatos) adecuados para monitoreo indirecto y directo desde hace 6 meses ?	—	—
15	Maneja técnicamente la aplicación de plaguicidas y con el uso de equipos apropiados	—	—
16	Cuenta la finca con un plan de contingencia para trips y demuestra la aplicación cuando es necesario ?	—	—
17	Tiene la finca trampas periféricas (migración) con manejo de registros?	—	—
18	Demuestra la finca que tiene un programa de capacitación formal ?	—	—
19	Presentan registros de reclamos por trips, tanto de clientes como de organismos oficiales?	—	—
20	Control de hospederos secundarios en sitios periféricos de la finca	—	—

Además, durante la inspección hubieron las siguientes observaciones:
Se observa cultivo de rosas cubierto con saran negro, no existe registros ni monitoreos, el proceso se lo realiza con lavados de agua en poscosecha y posteriormente el material vegetal es enviado a los clientes de Cod: Pacific Bouquet - Hilsea Chivay - Bouquet Andes - Expotea

Por lo que de acuerdo con los procedimientos de inspección de AGROCALIDAD a los cuales se ha sometido el interesado, se procede a:

Certificar [ ] Continuar con la implementación [ ] Rehacer la implementación [ ]

Nombre del Inspector: Ing. Blanca Lincango Firma: Blanca Mancero

Nombre Representante Finca: Ramiro Valverde Firma:

Anexo 8. Proformas de gastos de constitución

PROFORMA

Gomez & Ribadeneira – Abogados
R.U.C.: 0801407750001
Teléfono: 2959209 / 0983473653

Quito a 18 de julio de 2014

Cliente o representante : "GREENS ECUADOR" - Mauricio Javier Tutillo Yánez

Dirección: Parroquia Alangasí, Rio Putumayo y Pasaje "H"

Telf.: 2579547

Cant.	DETALLE	P. Unitario	V.TOTAL
1	Constitución de estatutos para la creación de Asociación Agrícola "GREENS ECUADOR"	2500,00 USD	2500,00 USD
	La presente proforma tiene validez de 15 días		
		SUBTOTAL:	2500,00
		IVA:	300,00
		TOTAL:	2800,00

FIRMA DEL CLIENTE
"GREENS ECUADOR"

FIRMA AUTORIZADA
Ab. Diego Gómez G.

VELA & ASOCIADOS
ESTUDIO JURIDICO

PROFORMA

Quito a 17 de julio de 2014

Señor(es): Mauricio Javier Tutillo Yánez - "GREENS ECUADOR"

Dirección: Parroquia Alangasí, Rio Putumayo y Pasaje "H"

Teléfono: 2579547

Items	DETALLE	P. Unitario	V.TOTAL
1	Constitución de Estatutos para la creación de Asociación Agrícola "GREENS ECUADOR"	3000,00 USD	3000,00 USD
2	Seguimiento del trámite para la aprobación de estatutos en el Ministerio correspondiente.	----------	----------
		SUBTOTAL:	3000,00
		IVA:	360,00
		TOTAL:	3360,00

Nota: Proforma valida 30 días laborables

FIRMA DEL CLIENTE

FIRMA AUTORIZADA
Ab. María Cristina Vela R.
RUC: 1712753248

Anexo 9. Visita a productoras de Ruscus