

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIERAS COMERCIALES

TEMA:

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ROSAS, EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2011

AUTORAS:

FERNÁNDEZ GUASGUA MARIA VICTORIA

TARAPUES CUASQUER OLGA ELIZABETH

ING. MARIO ESCOBAR

DIRECTOR

PARES ACADÉMICOS:

ING. ANTONIO DÁVILA **ING. MARLON GARCÍA**

GUARANDA - 2011

II. DEDICATORIA

Con mucho cariño este trabajo lo dedico a Dios Padre, quien me otorgó una hermosa familia, a mis padres quienes me dieron la vida, en especial a mi madre Victoria Guasgua, quien a pesar de su soledad forjó mi educación desde la infancia inculcando en mi persona, valores inquebrantables,

A Fausto mi esposo, quien me brindo todo su apoyo y confianza para culminar con éxito mi carrea profesional, a Melanie, Doménica y Katia mis preciosas hijas, que son la inspiración y el principal motor de mi vida en todo momento.

VICTORIA

Este trabajo lo dedico a DIOS, por darme la vida a través de mis queridos padres, quienes con mucho cariño, amor y ejemplo han hecho de mí, una persona con valores para desenvolverme como hija, esposa y profesional.

A mi ESPOSO, pues está en mi corazón y es mi vida, quiero agradecerle profundamente pues supo brindarme su apoyo, con tolerancia e infinita paciencia, cediendo su tiempo para permitirme llevar adelante un proyecto que pasó de ser una meta personal a otro emprendimiento de familia.

A mis HERMANOS, JAIME, PATRICIO Y ALVARO, quienes me han alentado para seguir superándome día a día y alcanzar mis más apreciados ideales de superación, ellos fueron quienes en los momentos más difíciles me dieron su amor y compresión para superarlos, enseñándome que cuando se quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida.

ELIZABETH

III. AGRADECIMIENTO

A nuestra Alma Mater, la Universidad Estatal de Bolívar, por darnos la oportunidad de alcanzar esta meta, gracias a los profesionales quienes durante nuestra permanencia en la institución nos brindaron todas las facilidades necesarias para completar la investigación, a todos aquellos que con un granito de arena hicieron un inestimable aporte y se esmeraron por dar lo mejor de sí para nuestra formación, por los conocimientos teóricos y las experiencias vividas.

Son muchas las personas especiales, sin duda lograriamos obtener un listado infinito, sin embargo es necesario expresar nuestro profundo agradecimiento a todas aquellas quienes estuvieron vinculadas de alguna manera en este proyecto.

Agradecemos la amistad, el apoyo, el ánimo y la compañía en las diferentes etapas de nuestras vidas, algunas estan aquí, otras en nuestros recuerdos y en el corazon, queremos darles las gracias por todo lo que nos brindaron y por sus bendiciones.

Con infinita gratitud a nuestro DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS, por haber constituido un libro abierto, de los cuáles hemos aprendido constantemente, por sus recomendaciones, dedicación y empeño, en la culminación de este trabajo, por sus ejemplos, insistencias y preocupación con respecto a la superación científica de sus alumnas.

A todos nuestro mayor reconocimiento y gratitud.

Las Autoras

IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

CERTIFICO:

Que una vez revisado el trabajo de graduación titulado **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ROSAS, EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2011,** presentado por las Egresadas Fernández Guasgua María Victoria y Tarapues Cuasquer Olga Elizabeth cumple con los parámetros y requisitos que el Reglamento de graduación de la facultad lo exige, de tal manera que pueden presentarse a la defensa del mismo.

Para constancia de lo expuesto, firmo en Guaranda a los dos días del mes de diciembre del dos mil trece.

ING. MARIO ESCOBAR G.

DIRECTOR

V. AUTORÍA

Dr. ANGEL BARRAGAN CHAUVIN

Código numérico secuencial: 2013.17.04.01.P05662

Factura número: 39516

Notaría del Cantón Pedro Moncayo

Tabacundo - Ecuador

DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADA POR: MARIA VICTORIA FERNANDEZ GUASGUA y OLGA ELIZABETH TARAPUES CUASQUER.

CUANTIA: INDETERMINADA

DI 2 COPIAS LEB.

En la ciudad de Tabacundo, cabecera del cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha, República del Ecuador, hoy día, VEINTIOCHO DE NOVIEMBRE DEL DOS MIL TRECE, ante mi, Doctor ANGEL RAMIRO BARRAGAN CHAUVÍN, Notario Público del cantón Pedro Moncayo, comparecen las señoras MARIA VICTORIA FERNANDEZ GUASGUA, de estado civil casada, por sus propios derechos; y, OLGA ELIZABETH TARAPUES CUASQUER de estado civil casada, por sus propios derechos. Las compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, legalmente capaces a quienes de conocer doy fe en virtud de haberme exhibido sus documentos de identidad cuyas copias se adjuntan a esta escritura, domiciliadas en la parroquia Tabacundo éste Cantón. Advertidas por mí el Notario del objeto y resultados de la presente escritura, y examinados en forma separada de que comparecen al otorgamiento de la misma sin coacción, amenazas, temor reverencial ni promesa o seducción, juramentadas en debida forma, prevenidas de la gravedad del juramento, de las penas de perjurio y de la obligación que tienen de decir la verdad con claridad y exactitud, declaran lo siguiente: "Nosotras, MARIA VICTORIA FERNANDEZ GUASGUA y OLGA ELIZABETH TARAPUES

NOTARIA DEL CANTON PEDRO MONCAYO
DR. ANGEL RAMIRO BARRAGAN CHAUVIN
TABACUNDO - ECUADOR

CUASQUER, bajo juramento declaramos: Que el Tema y contenido del proyecto de Tesis denominado PROYECTO DE INVERSION PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ROSAS EN LA PARROQUIA DE TABACUNDO, CANTON PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA AÑO 2011, previo a la graduación y titulación en la carrera de INGENIERIA COMERCIAL; NO constituye copia textual o plagio, asumiendo la responsabilidad respecto a la autoría del tema y contenidos presentados por las declarantes para su aprobación, ejecución y desarrollo. Es todo cuanto podemos declarar en honor a la verdad". (Hasta aquí la declaración juramentada rendida por las comparecientes la misma que queda elevada a escritura pública con todo el valor legal). Para el otorgamiento de esta escritura pública se observaron los preceptos legales del caso y leída que les fue a las comparecientes íntegramente por mí el Notario, se ratifican en todo su contenido y firman conmigo en unidad de acto, de todo cuanto DOY FE.

MARIA VICTORIA FERNANDEZ GUASGUA Pulgar derecho
c.c.: 171295803-0

OLGA ELIZABETH TARAPUES CUASQUER Pulgar derecho
c.c.: 100331090-9

DR. ANGEL R. BARRAGAN CHAUVIN
NOTARIO - ABOGADO

VI. TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE	PÁGINAS
Portada	I
Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Certificación del Director	IV
Autoría Notariada	V
Tabla de Contenido	VII
Lista de Cuadros y Gráficos	XI
Anexos	XIII
Resumen Ejecutivo en Español	XV
Introducción	XVII
CAPITULO I	19
1.1 **TEMA**	20
1.2 **ANTECEDENTES**	21
1.3 **JUSTIFICACIÓN**	27
1.4 **OBJETIVOS**	29
1.4.1 General	29
1.4.2 Específicos	29
1.5 **METODOLOGÍA**	30
1.5.1 Métodos	30
1.5.1.1 Método inductivo	30
1.5.1.2 Método deductivo	30
1.5.2 Tipos de investigación	31

1.5.2.1 Investigación de campo 31
1.5.2.2 Investigación descriptiva 31
1.5.3 Técnicas e instrumentos de investigación 32
1.5.3.1 Encuesta 32
1.5.3.2 Fuentes de información 32
1.5.4 Universo y muestra 32
1.5.4.1 Fórmula para calculo de muestra 33
1.5.4.2 Segmentación de mercado 33
1.5.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos 34

CAPITULO II 35

2.1 **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS** 36
2.2 Conclusiones 59
2.3 Recomendaciones 60

CAPITULO III **61**

3.1 **ESTUDIO DE MERCADO** **62**
3.1.1 Definición del producto 62
3.1.2 Análisis de la demanda y proyecciones 65
3.1.3 Análisis de la oferta y proyecciones 68
3.1.4 Análisis de la demanda insatisfecha y proyecciones 69
3.1.5 Análisis de precios 70
3.1.6 Capacidad de producción 72

3.2 **ESTUDIO TECNICO** **73**
3.2.1 Tamaño 73

3.2.2 Características de la parroquia 74
3.2.3 Localización 77
3.2.4 Ingeniería o proceso productivo 80
3.2.5 Distribución de la planta 81
3.2.6 Requerimientos 83

3.3 **ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL** **86**
3.3.1 Nombre de la empresa 86
3.3.2 Eslogan 86
3.3.3 Logotipo 87
3.3.4 Accionistas 87
3.3.5 Giro 87
3.3.6 Requisitos para la constitución de la empresa 88
3.3.7 Requisitos legales 89
3.3.8 Aspectos tributarios 90
3.3.9 Permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de bomberos 91
3.3.10 Cuadro directivo 91
3.3.11 Orgánico estructural 92
3.3.12 Orgánico funcional 93

3.4 **ESTUDIO FINANCIERO** **98**
3.4.1 Costos 98
3.4.2 Inversión total 99
3.4.3 Financiamiento 100
3.4.4 Estructura de costos 103
3.4.5 Determinación de los ingresos 104
3.4.6 Punto de equilibrio 105
3.4.7 Estado de resultados 107
3.4.8 Estado de situación financiera 108
3.4.9 Flujo de fondos de efectivo 109

CAPITULO IV **112**

4.1 **EVALUACION FINANCIERA** **113**
4.1.1 Tasa de rendimiento mínima aceptable 113

4.2 **TASA INTERNA DE RETORNO** **115**
4.3 **INDICES FINANCIEROS** **117**
4.4 **EVALUACION SOCIAL** **120**
4.5 **EVALUACION AMBIENTAL** **120**
4.6 **CONCLUSIONES** **120**
4.7 **RECOMENDACIONES** **121**

VII. LISTA DE CUADROS Y GRÁFICOS

CUADROS Y GRÁFICOS
ENCUESTA A PROVEEDORES

CONCEPTO	PÁGINA
Cuadro y Gráfico No 1	36
Cuadro y Gráfico No 2	37
Cuadro y Gráfico No 3	38
Cuadro y Gráfico No 4	39
Cuadro y Gráfico No 5	40
Cuadro y Gráfico No 6	41
Cuadro y Gráfico No 7	42
Cuadro y Gráfico No 8	43
Cuadro y Gráfico No 9	44
Cuadro y Gráfico No 10	45
Cuadro y Gráfico No 11	46

ENCUESTAS A LOS CLIENTES

Cuadro y Gráfico No 1C	47
Cuadro y Gráfico No 2C	48
Cuadro y Gráfico No 3C	49
Cuadro y Gráfico No 4C	50
Cuadro y Gráfico No 5C	51
Cuadro y Gráfico No 6C	52
Cuadro y Gráfico No 7C	53
Cuadro y Gráfico No 8C	54
Cuadro y Gráfico No 9C	55
Cuadro y Gráfico No 10C	56
Cuadro y Gráfico No 11C	57
Cuadro y Gráfico No 12C	58

ANEXOS

Anexo No 1	Materia Prima Directa	123
Anexo No 2	Mano de Obra Directa	124
Anexo No 3	Matéria Prima Indirecta	125
Anexo No 4	Depreciaciones	126
Anexo No 5	Movilización y Transporte	127
Anexo No 6	Mantenimiento	128
Anexo No 7	Amortización	129
Anexo No 8	Sueldos	131
Anexo No 9	Útiles de Aseo	132
Anexo No 10	Suministros de Oficina	133
Anexo No 11	Servicios Básicos	134
Anexo No 12	Depreciaciones Administrativas	135
Anexo No 13	Sueldos, Promoción y Publicidad	137
Anexo No 14	Intereses	139
Anexo No 15	Vehículo	141
Anexo No 16	Maquinaria	142
Anexo No 17	Herramientas	143
Anexo No 18	Muebles y Enseres	144
Anexo No 19	Equipos de Oficina	145
Anexo No 20	Equipo de Computo	146
Anexo No 21	Elaboración del Proyecto de Factibilidad	147
Anexo No 22	Gastos de Organización	148
Anexo No 23	Capacitación del Personal	149
Anexo No 24	Materia Prima Directa Mes	151
Anexo No 25	Mano de Obra Directa Mes	152
Anexo No 26	Gastos de Fabricación Mes	154
Anexo No 27	Gastos Administrativos y Generales Mensual	157
Anexo No 28	Gastos de Venta Mensual	161
Anexo No 29	Gastos Financieros Mensual	163
Anexo No 30	Amortización Mes	164

Anexo A 165
Anexo B 168
Anexo C 171
Anexo D 172
Anexo E 174
Anexo F 180
Anexo G 181
Anexo H 182
Bibliografía 183

IX. RESUMEN EJECUTIVO

La provincia de Pichincha posee clima y variedad de climas y microclimas, en los que se puede sembrar y cosechar todos los productos; el **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ROSAS, EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2011.",** ha sido elaborado de acuerdo a la metodología aprobada en la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar y consta de cuatro capítulos, mencionándose al Capítulo I con el Tema, los Antecedentes, la Justificación, los Objetivos, la Metodología, el Universo y la Muestra.

En el Capítulo II se analiza las preguntas de las encuestas aplicadas al sector productor (minoristas), comercializadoras de rosas y clientes externos vía mail, para establecer al final las conclusiones y recomendaciones.

En el Capítulo III se determina el Estudio de Mercado con la demanda y oferta actual y proyectada así como la capacidad de producción, precios y canales de comercialización.

El Estudio Técnico contempla el tamaño, la localización, la ingeniería o proceso productivo y los requerimientos de la empresa.

En el Estudio Organizacional administrativo se plantea el nombre de la empresa, su eslogan, logotipo, accionistas así como el organigrama estructural y funcional.

En el Estudio Financiero se determinan los costos, inversiones, financiamiento, depreciaciones, amortizaciones, ingresos, punto de equilibrio, estado de resultados, estado de situación final y el flujo de fondos de efectivo proyectados.

El capítulo IV contempla las evaluaciones con los indicadores financieros, el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y la Relación Beneficio Costo.

Principales Indicadores Financieros:

- Costo Total al Primer Año de 180.312,76 USD
- La Inversión Total es de 51.892,40USD distribuidos en Inversión Fija Tangible e Intangible y Capital de Trabajo
- El Capital propio es de $ 32.154,40 USD que corresponden al 61,96% de la Inversión Total
- El Financiamiento es de $ 19.738,00 USD que corresponden al 38,04 % de la Inversión Total
- Los Ingresos al primer año son de $ 206.976 USD.
- El Punto de Equilibrio es de 139.395,17 USD
- La Utilidad Neta Ejercicio al Primer Año es de 17.451,09 USD; que corresponden al 8,43 % de los Ingresos
- El Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre del Año 1 es de $71.554,14 USD en Activos.
- Tasa Interna de Retorno o Recuperación de la Inversión (TIR), corresponde al 35,39 %.
- El Período de Recuperación de la Inversión PRI es de 2 años, 1 mes

El proyecto de inversión para la creación de la empresa comercializadora de rosas en la parroquia de Tabacundo, arroja resultados positivos por lo que beneficiará a los inversionistas, productores minoristas y clientes externos.

X. INTRODUCCIÓN

Rosa, nombre común de la flor del rosal, arbusto de la familia de las rosáceas, tiene los tallos ramosos y llenos de espinas; las hojas son alternas, ásperas, pecioladas, con estipulas, compuestas de un número impar de foliolos elípticos, casi sentados y aserrados por el margen.

Lasflores son terminales, solitarias o en racimos, el rosal silvestre florece a mediados de primavera o principios de verano, tienen la corola compuesta por cinco pétalos redondos o acorazonados, cóncavos y muchos estambres y pistilos. El fruto, llamado escaramujo, es una baya carnosa que corona el cáliz y contiene muchas semillas menudas, elipsoidales y vellosas"

Los rosales han sido domesticados, cruzados y mejorados desde tiempo inmemorial en China y en Oriente; se han conseguido castas excelentes de flores dobles y muy olorosas, reproducidas por esqueje o injerto. El número de rosales silvestreses de 70 y el de variedades conseguidas de forma artificial sobrepasan las 20.000 variedades; en el Ecuador se producen más de 300 variedades entre rojas y colores.

Los usos que se les puede dar a las rosas depende de cada consumidor, así tenemos que para la mayoría las flores frescas tienen un uso decorativo y ornamental.

Las flores son demandadas durante todo el año, perolas fechas que más se las requiere son: en febrero, "San Valentín"; mayo, "Día de las Madres"; marzo, "Día de la Mujer"; noviembre, "Día de los Difuntos", diciembre, "Navidad", entre otras.

También las rosas son muy apreciadas y cultivadas en jardinería, el agua y la esencia de rosas se utilizan en perfumería y medicina.

En el comercio internacional, la demanda de flores se caracteriza por un alto grado de concentración del producto y del origen, así en Europa, Alemania es el principal importador de flores y Holanda es el principal abastecedor.

En América, Colombia es el principal oferente de flores con destino a Estados Unidos y Ecuador es el segundo; en Asia, Japón recibe flores de China, Nueva Zelanda y Europa; pero todos los países demandan y ofertan hoy productos de calidad para ser más competitivos.[1]

El presente estudio para la creación de una empresa comercializadora de rosas en la parroquia de Tabacundo, provincia Pichincha, se constituirá en una entidad que permita mejorar los ingresos de los productores minoritarios pues podrán comercializar sus productos a los mercados internacionales, garantizando la permanencia en el negocios así como la generación de fuentes de empleo.

La investigación analiza el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y las evaluaciones financiera y social.

Este estudio es básico para obtener un conocimiento técnico de cuanto se requiere invertir y cuál es la utilidad a obtener en el periodo.

[1] http://image.slidesharecdn.com/flores-y-comercio-internacional-16571/95/slide-2-728.jpg?1176323228

CAPITULO I

1.1 TEMA

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ROSAS, EN LA PARROQUIA TABACUNDO, CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2011

1.2 ANTECEDENTES

El cantón Pedro Moncayo está ubicado en la parte Norte de la Provincia de Pichincha, la cabecera cantonal es la parroquia de Tabacundo, ubicado entre los 1730 hasta los 4330 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura media anual de 13.0 grados centígrados, tiene una superficie total de 339,10 Kilómetros cuadrados de los cuales 82.24 Km. de superficie le corresponde a la cabecera cantonal.

La mayor parte de la colectividad realiza actividades económicas en diferentes ramas y áreas ocupacionales, entre las cuales destacan actividades como: agricultura, ganadería, el comercio familiar, micro empresarial y por supuesto la floricultura; el crecimiento económico de la zona se caracteriza por tres grandes auges: el primero frente a la producción de sombreros de paja toquilla a partir de 1909 y que declina a finales de los años 50, seguido por un periodo de recesión que provocó un proceso migratorio causado por la disminución de la producción artesanal y agrícola, hasta una relativa pero temporal revitalización económica por la producción de píretro en la década de 1970.[2]

Su economía logra estabilizarse con el surgimiento de las primeras plantaciones de flores, en la década de los 80 en que se incrementó la inversión en las plantaciones florícolas, esta actividad arranca en Pedro Moncayo en 1984 con la implantación de la empresa AGROFLORA en el Cantón, con ubicación en Cananvalle dando como resultado el incremento de fuentes de trabajo directo en plantaciones y el desarrollo de actividades comerciales que se mantienen hasta la actualidad.[3]

Para el año 2001, el25% del territorio estaba dedicado al cultivo de flores y en la actualidad es el 30% de la producción nacional de flores para exportación, el total de la superficie dedicada a este cultivo es de aproximadamente 1800 hectáreas bajo invernadero en 160 fincas florícolas de distintos productores, de ellas se expenden 25 mil cajas semanales que constituye 7’500.000 tallos, cuyos destinos son los mercados

[2] http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Pedro_Moncayo#Econom.C3.ADa
[3] GAD PM, Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del Cantón Pedro Moncayo, www.pedromoncayo.gob.ec

de Europa Occidental, Rusia, Ucrania, Holanda, Estados Unidos; y ,en menor proporción algunos países de Sudamérica.

La gran diversidad de colores y una extensa gama de variedades hacen que las rosas que se producen en Ecuador sean reconocidas como las mejores del mundo gracias a la ubicación geográfica con respecto al sol, que favorece la constitución fenotípica logrando que las rosas crezcan largas, con botones grandes y de colores muy llamativos.

La floricultura creó desde sus inicios muchísimas fuentes de trabajo, por esta razón en las dos últimas décadas emergió de una profunda crisis migratoria a la estabilidad laboral que ha traído la industria florícola, este fenómeno económico trajo consigo un gran auge y el resurgimiento económico que tuvo en cierto momento la agricultura y ganadería en el sector.

La calidad de las rosas que se producen y la atención personalizada que los propietarios dedican a sus cultivos, hacen que este producto sea muy cotizado en los mercados internacionales por lo que la creación de microempresas genera ingresos económicos representativos.

Sin embargo existen monopolios de las comercializadoras que a su vez no pueden cubrir las necesidades del mercado internacional, encareciendo los costos de producción y la comercialización de flores, sea por el desconocimiento de la estructura de comercialización hacia el exterior por parte de los microempresarios y dejando un porcentaje mínimo a los productores.

En la parroquia Tabacundo tenemos alrededor de 436 hectáreas de cultivo de rosas, de las cuales aproximadamente 10 hectáreas son cultivadas por productores minoritarios, correspondiendo este valor al 2,3 % en relación al total y teniendo cada cultivo una extensión máxima de 0.5 hectáreas por productor.[4]

[4] CFT Corporación de Floricultores de Tabacundo, Expoflores, Banco Central, CORPEI.

FINCAS PRODUCTORAS DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO

#	Propietario	Ubicación	Extensión metros	Hectáreas. Cultivadas
1	AGUIRRE JIMENA	LA ALEGRÍA	1900	0,19
2	ALCOCER CECILIA	LA QUINTA	1250	0,25
3	ALCOCER LUIS	LA QUINTA	2500	0,25
4	ALCOCER MARCELO	LA QUINTA	1300	0,17
5	ALCOCER MERCEDES	CANANVALLE	1500	0,15
6	ANDAGOYA JUAN	TOCACHI	1300	0,13
7	BUITRON BYRON	LA QUINTA	1000	0,18
8	CACUANGO ANDRES	ANGUMBA	1000	0,1
9	CACUANGO ANTONIO	SAN LUIS DE ICHISI	700	0,07
10	CACUANGO DIOSELINA	SAN LUIS DE ICHISI	1000	0,1
11	CACUANGO ELENA	CANANVALLE	1100	0,11
12	CACUANGO ESTEBAN	LA ESPERANZA	1300	0,13
13	CACUANGO JUAN	CANANVALLE	1200	0,12
14	CACUANGO JUANA	SAN LUIS DE ICHISI	1300	0,13
15	CACUANGO PATRICIO	SAN LUIS DE ICHISI	1200	0,12
16	CASTRO JUAN	PURUHANTAG	1400	0,14
17	CHASI JORGE	SAN JOSE	1100	0,11
18	CHIMARRO LUIS	LUIS FREILE	1500	0,15
19	CHORLANGO ENRIQUE	PURHUANTAG	1400	0,14
20	CHORLANGO MARISOL	LA ESPERANZA	700	0,07
21	COLLAGUAZO BLANCA	SAN LUIS DE ICHISI	1300	0,13
22	COLLAGUAZO MERCEDES	SAN LUIS DE ICHISI	1200	0,12
23	CORREA PORFIRIO	PURUHANTAG	1000	0,16
24	CUALCHI CARLOS	SAN JOSE	1350	0,14
25	CUALCHI SEGUNDO	SAN JOSE	3000	0,3
26	CUASCOTA ALFONSO	CANANVALLE	1200	0,12
27	CUASCOTA JOSE	CANANVALLE	1100	0,11
28	CUASCOTA ZOILA	CANANVALLE	1500	0,15
29	DALI ROSES	SAN JOSE	1700	0,17
30	DIAZ GENARO	PURUHANTAG	2500	0,25
31	DIAZ WILLIAM	LA ESPERANZA	1600	0,16
32	FERNANDEZ BLANCA	SAN JOSE	1400	0,14
33	FERNANDEZ ROSARIO	SAN JOSE	1900	0,19

34	GALLEGOS JOSE LUIS	LA ESPERANZA	2200	0,22
35	GEOVANNY SALAZAR	LA Y	2500	0,25
36	GUACHALA OSWALDO	PURUHANTAG	1600	0,16
37	GUASGUA ALBERTO	LA ESPERANZA	1600	0,16
38	GUASGUA ERCILIA	SAN LUIS DE ICHISI	1200	0,12
39	GUASGUA LUIS	LA ESPERANZA	1200	0,12
40	GUASGUA MANUEL	LA ESPERANZA	1300	0,130
41	JARAMILLO - P COCHASQUI	PURUHANTAG	1200	0,12
42	KAREN ROSES	LA Y	1000	0,1
43	LANCHIMBA JOSE	6 DE ENERO	950	0,1
44	LLUMIQUINGA CARLOS	SAN JOSE	1000	0,2
45	MANUEL CUALCHI	SAN LUIS DE ICHISI	1000	0,19
46	MOLINA JULIO	LA Y	1100	0,11
47	MONCAYO WASHINGTON	ANGUMBA	1000	0,1
48	MOROCHO OSWALDO	6 DE ENERO	2500	0,25
49	ORACIO OBANDO	SAN LUIS DE ICHISI	3000	0,3
50	PUETATE JORGE	SAN JOSE	2100	0,21
51	PUJOTA ANIBAL	LA QUINTA	1500	0,15
52	PUJOTA JUAN	LA QUINTA	1100	0,12
53	PUJOTA OSWALDO	LA QUINTA	1600	0,16
54	QUIMBIAMBA LUIS	SAN JOSE	3000	0,35
55	ROBALINO MILTON	SAN LUIS DE ICHISI	1700	0,5
56	SALAZAR DANIEL	VIA LA ESPERANZA	1700	0,17
57	SANCHEZ ALFONSO	PURUHANTAG	900	0,1
58	SANCHEZ CONCHA	6 DE ENERO	1600	0,16
59	TATIANA LEMA	LA ESPERANZA	1300	0,13
60	TORRES AVELINO	SAN LUIS DE ICHISI	1200	0,12
61	VILLEGAS MIGUEL	6 DE ENERO	1550	0,25
			90000	10,000

FUENTE: ECUADOR, PICHINCHA, EXPOFLORES (CFT)
ELABORADO: Las autoras

Entre otras actividades económicas del cantón, aunque no muy significativas están la manufactura, construcción y las profesionales en libre ejercicio así como aquellos

que forman parte del servicio público en organismos y dependencias como: Centro de Salud, Dependencia del Ministerio de Agricultura y Ganadería, Cruz Roja, Cuerpo de Bomberos, Escuela de Policías, IESS, Municipio, etc.

En la actualidad nos encontramos con uno de los problemas más complejos para los productores minoritarios ya que la deficiente organización les impide colocar sus productos en el mercado exterior, lo cual es aprovechado por las comercializadoras y empresarios que poseen cultivos extensos de la localidad, pues los productores minoritarios no han logrado obtener información con clientes directos o brókeres, facilitándose el tema de comercialización ya que están ubicadas en el sector y les pagan el precio que está muy por debajo del verdadero costo en el mercado internacional.

Esta situación ha creado una desventaja a los pequeños productores que no están afiliados a la Corporación de Floricultores de Tabacundo (EXPOFLORES) y no poseen sellos de calidad que garanticen precios paralelos con los que se vienen comercializando este tipo de producto.

Las necesidades del mercado mundial de rosas están definidas entre el mercado americano y el europeo, los diferentes tipos de producción se encaminan a cumplir las necesidades de calidad de cada mercado, si bien es cierto cada una de las sociedades organizadas a nivel mundial tienen diferentes costumbres pero en su mayoría no han descuidado la cordialidad y el detallismo, así en Rusia nos encontramos con costumbres, culturas y tradiciones muy curiosas, como al momento de visitar a una familia rusa, es necesario llevar un agrado al hogar y lo que más les cautiva son las rosas, por lo que un buen ramo, es el mejor regalo que se los puede hacer; cuidando de poner en este ramo de rosas un número impar, porque de lo contrario tendrá un significado fúnebre.

Las rosas tienen mayor demanda en ciertas fechas importantes y para ello es necesario conocer cuáles son estas, las mayores celebraciones son:

- Año Nuevo (1y 2 de Enero).

- Día Internacional de la Mujer (8 de marzo).
- Día de los Conocimientos (1 de Septiembre).
- La Navidad rusa (7 de Enero).
- Día del trabajo (1 de Mayo).
- Día de la Victoria (9 de mayo) entre otros.[5]

En Norte América en general las celebraciones más importantes son:

- Día del amor y la amistad (14 de febrero).
- Día de las madres que es el segundo domingo de mayo y en menor escala la navidad siendo estas las fechas de incremento de la demanda.[6]

De acuerdo al último censo de población y vivienda realizado en el cantón Pedro Moncayo, actualmente existen 33.172 habitantes y su cabecera cantonal Tabacundo está compuesto por 16.403 habitantes; de los cuales la población económicamente activa es de aproximadamente 9.238 personas cuyas edades oscilan entre los 15 a 59 años según datos del INEC.[7]

Dentro de la parroquia de Tabacundo no existe una comercializadora de flores que brinden garantías para negociar, pague precios diferenciados por la calidad de las rosas que se maneja o se estandaricen los precios.

En su totalidad, las comercializadoras del sector, realizan sus actividades encaminadas a distintos mercados, pero no cubren todas sus expectativas, pues el tema de precios siempre es un conflicto.

[5] www.rusiamia.com/fiestas_rusas.
[6] http://www.guiaestudiantilinternacional.com/articles/holidays_customs.php
[7] INEC, www.inec.gob.ec/estadisticas

1.3 JUSTIFICACIÓN.

El cantón Pedro Moncayo fue declarado capital mundial de la rosa, de manera que en las cinco parroquias, la actividad florícola es el dinamismo económico más evidente, existiendo alrededor de 140 floricultores que en 1.800[8] hectáreas producen y exportan en mayor escala flores. De este número, aproximadamente 61 productores florícolas minoritarios comercializan sus productos sin planificación alguna, lo que beneficia a las grandes fincas y comercializadoras del sector que se dedican a comprar la producción, perjudicando a los productores minoritarios por qué su producto lo comercializan a precios por debajo de los costos de producción y han tenido que dedicarse a otras actividades o seguir empleándose dentro de las florícolas grandes del sector.

Tomando en cuenta estos antecedentes, un gran número de pequeñas florícolas, se han asociado para colocar sus productos en el mercado internacional.

Lamentablemente un mal que aqueja a los productores minoritarios de rosas es; la deficiente forma de comercializar, puesto que la producción está encaminada a los mercados de España, Italia, Estados Unidos, Rusia, Ucrania y parte de Europa Occidental.

Ante esta situación, el presente proyecto plantea la creación de una comercializadora de rosas que agrupe el trabajo y la producción de los pequeños productores para trabajar en un fin común, creando un vínculo entre productores y comercializadores, de tal manera que se coloquen sus productos en el mercado internacional de manera personalizada con precios competitivos y donde se garantice el mejoramiento de la calidad de vida de los productores y el cumplimiento de los objetivos de la comercializadora, ofertando un volumen equilibrado de producción que pueda satisfacer la creciente demanda de rosas de calidad de los diferentes mercados.

[8] GAD PM, Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del Cantón Pedro Moncayo, www.pedromoncayo.gob.ec

La importancia de plantear este tipo de negocios y forma de comercializadora, es con la finalidad de aplicar estrategias para llegar al cliente directo beneficiando a los floricultores y:

- Asegurar la comercialización interna y externa
- Ofrecer precios competentes de acuerdo a la demanda
- Oferta rosas en el mercado internacional de los floricultores pequeños.

1.4 OBJETIVOS:

1.4.1 General

Elaborar el proyecto de inversión para la creación de una empresa comercializadora de rosas, en el cantón Pedro Moncayo, parroquia de Tabacundo, provincia Pichincha, año 2011.

1.4.2 Específicos

- Identificar mediante un estudio de mercado en la parroquia de Tabacundo la demanda y oferta de rosas para los diferentes mercados.
- Establecer mediante el estudio técnico, los requerimientos y recursos necesarios para implementar la empresa comercializadora de rosas.
- Analizar los indicadores económicos y financieros del presente proyecto para la toma de decisiones.

1.5 METODOLOGÍA

Para el estudio del presente proyecto se aplicó la investigación de campo e investigación descriptiva, la que nos permitió obtener información precisa y veraz como sustento teórico y técnico del proyecto.

1.5.1 Métodos

1.5.1.1 Método Inductivo

Es un proceso analítico – sintético, mediante el cual se parte del estudio de las cosas, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige, es decir que "va de lo particular a lo general"

Al investigar el presente proyecto partimos de hechos ocurridos en el área de estudio, lo que nos permitió analizar el presente y proyectarnos al futuro para llevar a cabo nuestro proyecto, ya que con la investigación se analizó las diferentes situaciones por las que tienen que pasar los productores minoritarios de rosas para ubicar su producto en el mercado nacional e internacional, con eso determinamos la necesidad de crear en el sector una empresa comercializadora destinada a la colocación de la producción del sector florícola minoritario.

1.5.1.2 Método Deductivo

El método deductivo parte de ideas o conceptos generales que llevan a definir las particularidades, es decir que "va de lo general a lo particular"

La aplicación de este método, nos ayudó a conocer las necesidades colectivas para luego definirla zona de influencia y centrar el estudio con respecto a la comercialización de rosas.

1.5.2 Tipos De Investigación

El tipo de investigación que vamos a desarrollares la descriptiva, unida a la investigación de campo, que nos permitirá analizar y visualizar directamente el problema que aqueja a los productores minoritarios de rosas en el sector y en base a lo cual orientamos el proyecto.

1.5.2.1 Investigación De Campo

La investigación de campo se realizó directamente en el lugar, apoyado en información proveniente de entrevistas, encuestas y observación directa.

Por su naturaleza nos permitió palpar la realidad y confirmar la necesidad de implementar el presente proyecto, además de analizar la oferta existente en el contexto para decidir si el proyecto es viable o no.

1.5.2.2 Investigación Descriptiva

La Investigación descriptiva, también conocida como la investigación estadística, describe los datos y el impacto en la población de la parroquia y cantón; por medio de esta investigación llegamos a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes en el sector para identificar y describir exactamente las actividades, objetos, procesos y personas involucradas en la producción del sector minoritario de rosas.

Con esta investigación nuestra meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de los diferentes capítulos que conforman el proyecto de inversión, para luego resumir la información de manera cuidadosa y analizar minuciosamente los resultados a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento profundo de nuestro tema de investigación.[9]

[9]POSSO, Yepez Miguel A. Metodología para el trabajo de grado. Edición Tercera, 2008

1.5.3 Técnicas e Instrumentos de Investigación

1.5.3.1 Encuesta

Es una técnica con la cual se buscó recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación.

Los datos se obtuvieron a partir de un conjunto de preguntas normalizadas y dirigidas a una muestra representativa o al conjunto de la población estadística en estudio; seleccionando cuidadosamente las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de nuestra investigación.

En el caso que nos ocupa la encuesta se aplicó al total del universo, que en nuestro caso son todos los pequeños productores de rosas de la parroquia de Tabacundo del Cantón Pedro Moncayo.

1.5.3.2 Fuentes de Información

Entre las fuentes de información tenemos la primaria y secundaria

Primarias.- Esta información la obtuvimos a base de las encuestas, observación y entrevista con los dueños o propietarios de las productoras y comercializadoras de rosas del sector para llegar a nuestro mercado objetivo.

Secundarias.- Las fuentes secundarias las obtuvimos por medio de folletos, libros o revistas relativas al tema de investigación así como también al Internet, que nos permitió englobar la información y obtener una mayor visión de lo que será nuestro proyecto.

1.5.4 Universo y Muestra

Debido a que el universo o población total objeto de nuestro estudio equivale a 61 productores minoritarios con los cuales hemos tenido contacto para realizar nuestra

investigación, esta es una población finita, por lo tanto se procede a la recopilación de datos de todo el universo que comprende nuestra investigación.

1.5.4.1 Formula Para Cálculo de Muestra

Formula referencial en este caso no procede la aplicación de la formula ya que el objeto de estudio comprende una población finita.

$$\mathbf{n} = \frac{N * Za^2 p * q}{d^2 * (N-1) + Za^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población

$Z_a^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión

En lo que respecta a la competencia tenemos 10 empresas que realizan esta actividad complementaria, al ser mínimo el grado de competencia, se realizó una encuesta

1.5.4.2 Segmentación del Mercado

El mercado escogido para nuestro estudio es la parroquia de Tabacundo del cantón Pedro Moncayo, la misma que tiene una población económicamente activa de 9.238 personas de entre los 15 y 59 años de edad, que la integran la manufactura, floricultura, construcción, comercio y profesionales en libre ejercicio. El mercado que pretendemos alcanzar es el de las comercializadoras externas (fuera del país),

quienes en la actualidad desconocen de la producción y la calidad de rosas cultivadas en menor escala.[10]

1.5.5 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos.

El procesamiento de datos se realizó de manera manual y la presentación de los datos se hizo mediante la utilización de gráficos, tablas y cuadros de acuerdo al caso.

Al finalizar las respectivas encuestas se procederá a tabular los datos y los respectivos análisis así como su representación gráfica.

[10] CENSO 2010 INEC, www.inec.gov.ec

CAPITULO II

2.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuestas Realizados a los Productores Minoritarios de Rosas

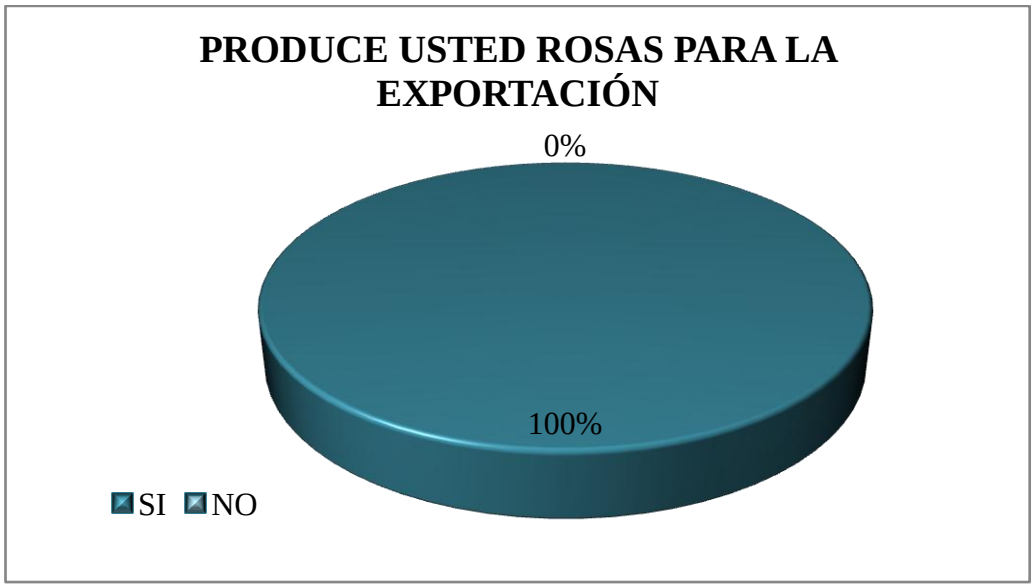
PREGUNTA No 1 ¿Produce usted rosas de exportación?

CUADRO No 1

OPCIONES	RESPUESTA	%
SI	61	100
NO	0	0
TOTAL	**61**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 1



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Todos los encuestados se dedican a la producción de rosas de exportación en diferentes extensiones de cultivo y variedades

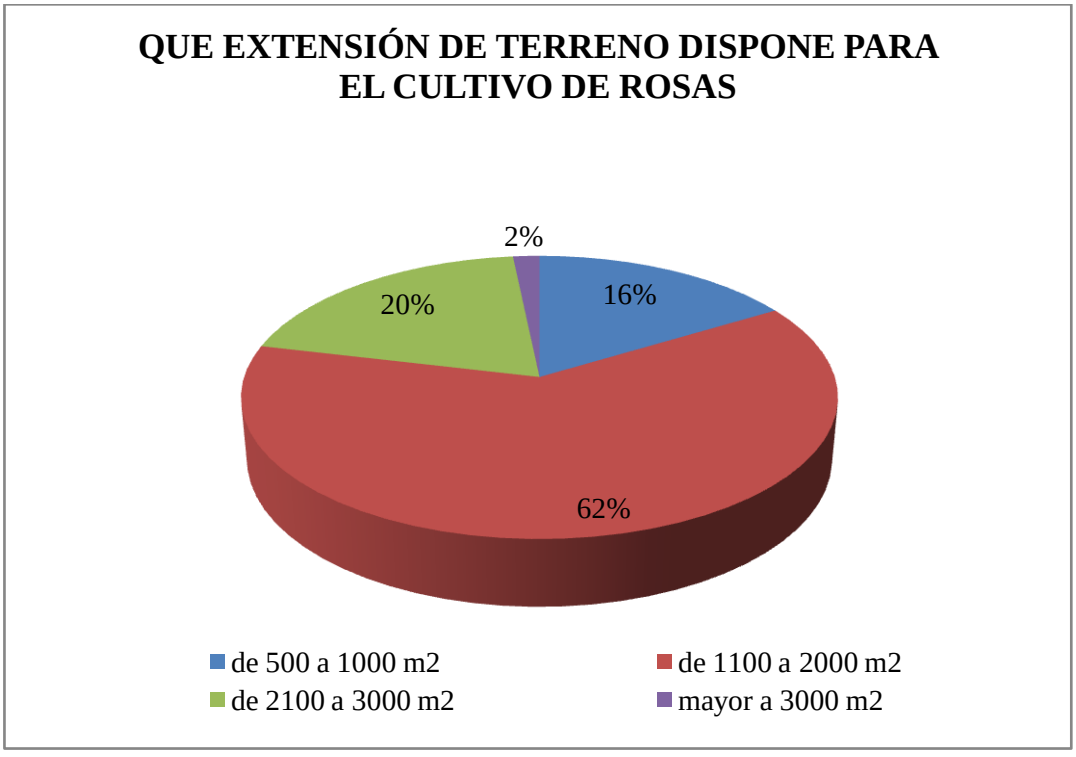
PREGUNTA No 2 ¿Que extensión de terreno dispone para el cultivo de rosas?

CUADRO No 2

OPCIONES	RESPUESTA	%
de 500 a 1000 m2	10	16,4
de 1100 a 2000 m2	38	62,3
de 2100 a 3000 m2	12	19,7
mayor a 3000 m2	1	1,6
TOTAL	**61**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 2



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

La encuesta realizada a los pequeños productores de Tabacundeños demuestra que los cultivos son de extensiones entre 500 metros a más de 3000 metros cuadrados en producción lo que significa de 6600 a 12000 plantas, lo que confirma que los cultivos son pequeños y sería imposible satisfacer la creciente demanda de rosas del mercado internacional.

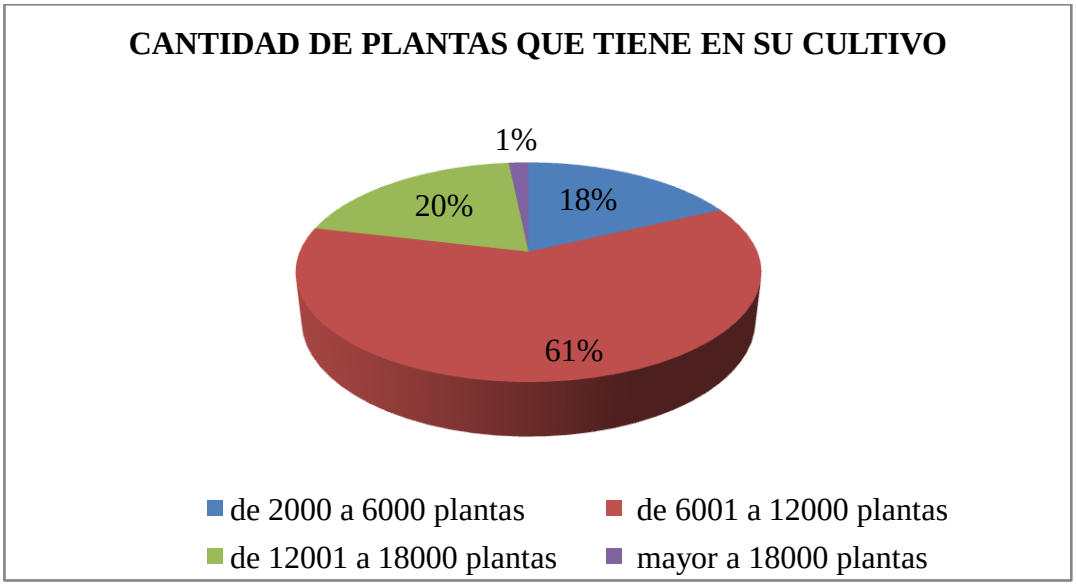
PREGUNTA No 3 Cantidad de plantas que tiene en su cultivo

CUADRO No 3

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
De 2000 a 6000 plantas	11	18,03
De 6001 a 12000 plantas	37	60,66
De 12001 a 18000 plantas	12	19,67
Mayor a 18000 plantas	1	1,64
TOTAL	**61**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 3



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Podemos observar que los productores que poseen de 6001 a 12000 plantas son los mayoritarios en el cultivo por el número de plantas y en menor proporción están los que poseen extensiones de terreno inferiores

.

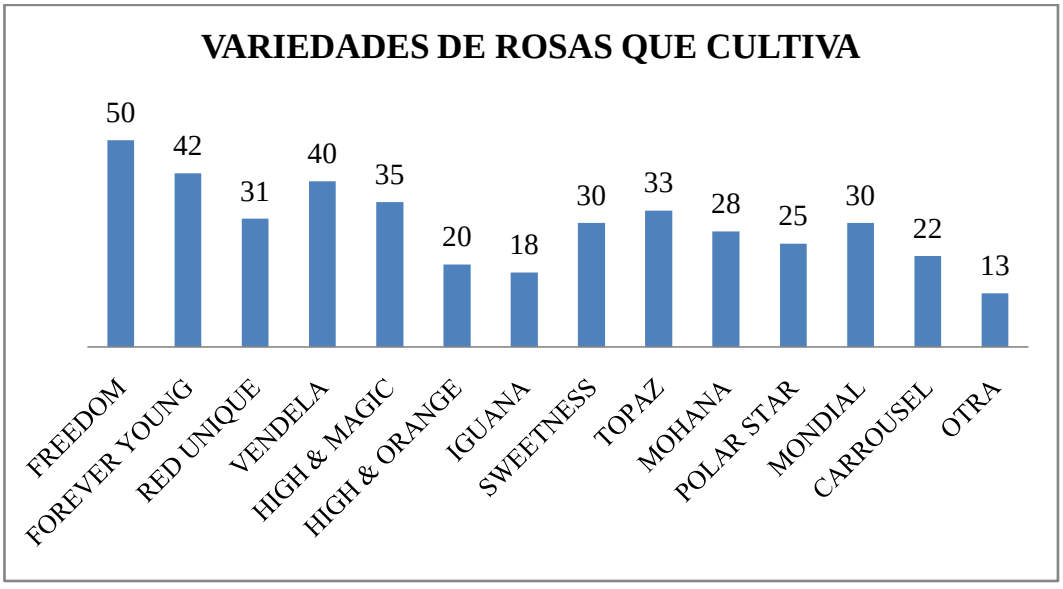
PREGUNTA No 4 Variedades de rosas que tiene en su cultivo

CUADRO No 4

OPCIONES	RESPUESTA
FREEDOM	50
FOREVER YOUNG	42
RED UNIQUE	31
VENDELA	40
HIGH & MAGIC	35
HIGH & ORANGE	20
IGUANA	18
SWEETNESS	30
TOPAZ	33
MOHANA	28
POLAR STAR	25
MONDIAL	30
CARROUSEL	22
OTRA	13

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 4



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Entre las variedades de flores que manejan en su cultivo son la freedom, Forever young, véndela y las otras en menor proporción, variedades que requieren en el mercado exterior.

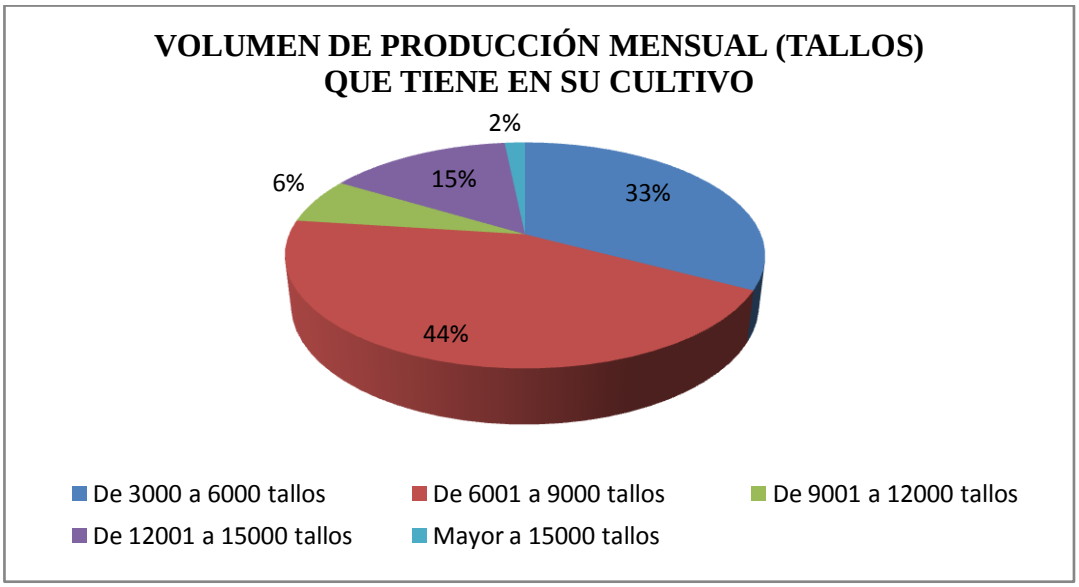
PREGUNTA No 5 Volumen de producción mensual (tallos) que tiene en su cultivo

CUADRO No 5

OPCIONES	RESPUESTA	%
De 3000 a 6000 tallos	20	33
De 6001 a 9000 tallos	27	44
De 9001 a 12000 tallos	4	7
De 12001 a 15000 tallos	9	15
Mayor a 15000 tallos	1	2
TOTAL	**61**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 5



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Quienes tienen poca extensión poseen plantas con los mayores números de tallos, cuya densidad de siembra de plantas es de aproximadamente entre 60000 a 80000 plantas por ha, estableciendo en promedio de 0.9 a 1,1 tpm (tallo / planta / mes).

De ahí que si un productor tiene 0,1 has, su producción oscilara entre los 6600 a 8000 tallos de producción mensual.

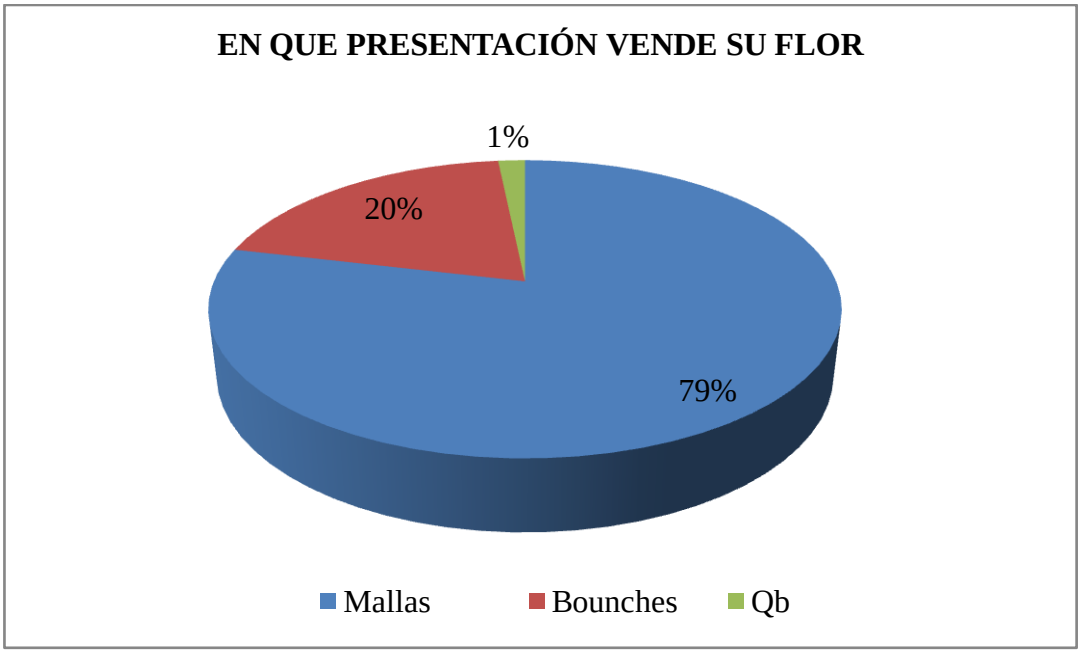
PREGUNTA No 6 ¿En qué presentación vende su flor?

CUADRO No 6

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Mallas	48	79
Bounches	12	19
Qb	1	2
TOTAL	**61**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 6



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Los productores minoritarios vende la flor mayoritariamente en presentaciones de 25 a 30 tallos por malla, en una minoría venden su producto semi-terminado es decir en Bounches, lo cual nos demuestra que cada uno de estos productores no tiene destinado un espacio físico para esta actividad adicional de proceso de flor pos cosecha.

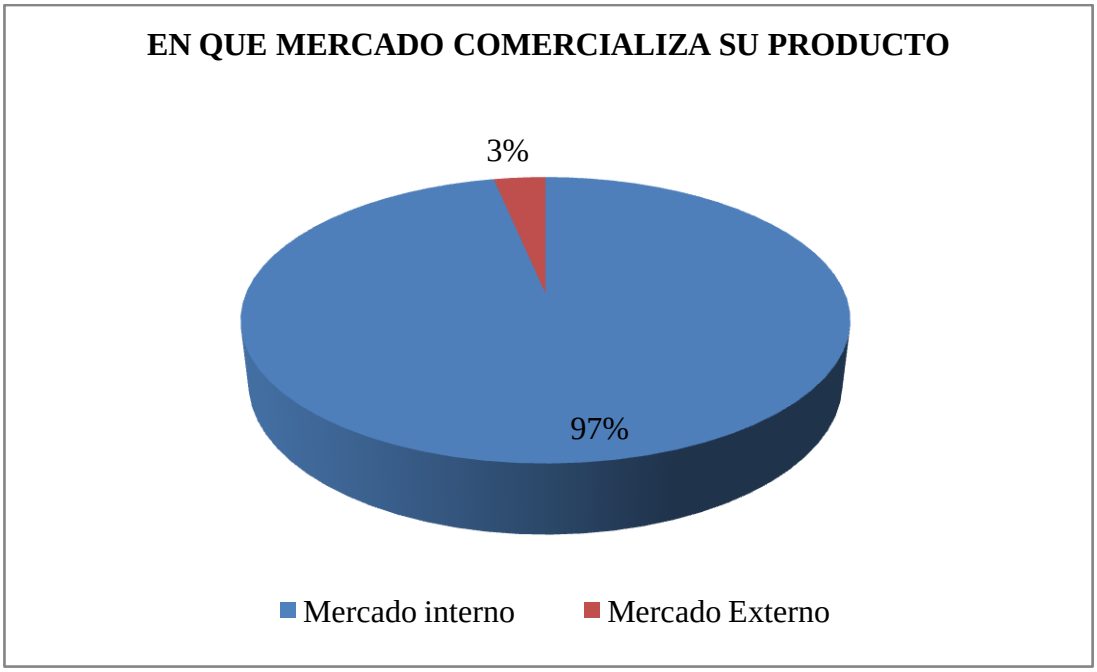
PREGUNTA No 7 ¿En qué mercado comercializa su producto?

CUADRO No 7

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Mercado interno	59	96,72
Mercado Externo	2	3,28
TOTAL	**61**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 7



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Como se puede observar, la gran mayoría de los productores vende su producto al mercado interno, pues para entregar la flor fuera del país debería tener una mejor presentación con el debido cuidado y cumplir las normas de exportación establecidas por Agro calidad así como respetar estrictamente la cadena de frio para el mantenimiento de la flor para cumplir con los requerimientos de calidad que exige el cliente extranjero.

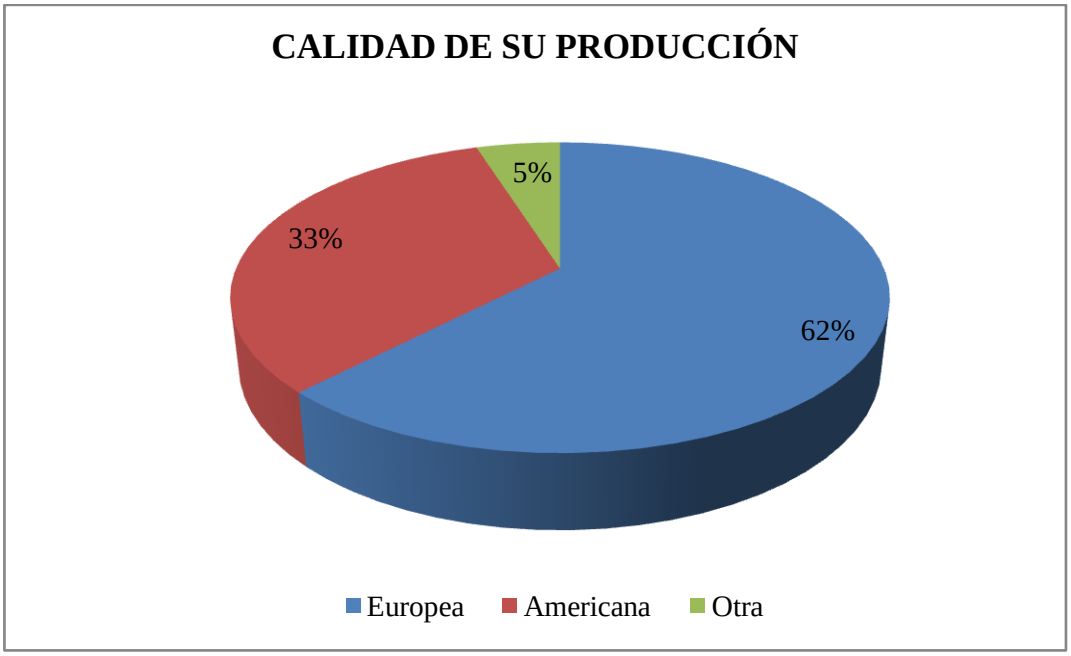
PREGUNTA No 8 Calidad de su producción

CUADRO No 8

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Europea	38	14,75
Americana	20	45,90
Otra	3	39,34
TOTAL	61	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 8



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

En lo que respecta al porcentaje de su producción que tiene calidad, más de la mitad manifiesta que es europea y en menor proporción la americana. Los productores minoritarios de rosas de Tabacundo, adicionalmente destinan también a otro mercado.

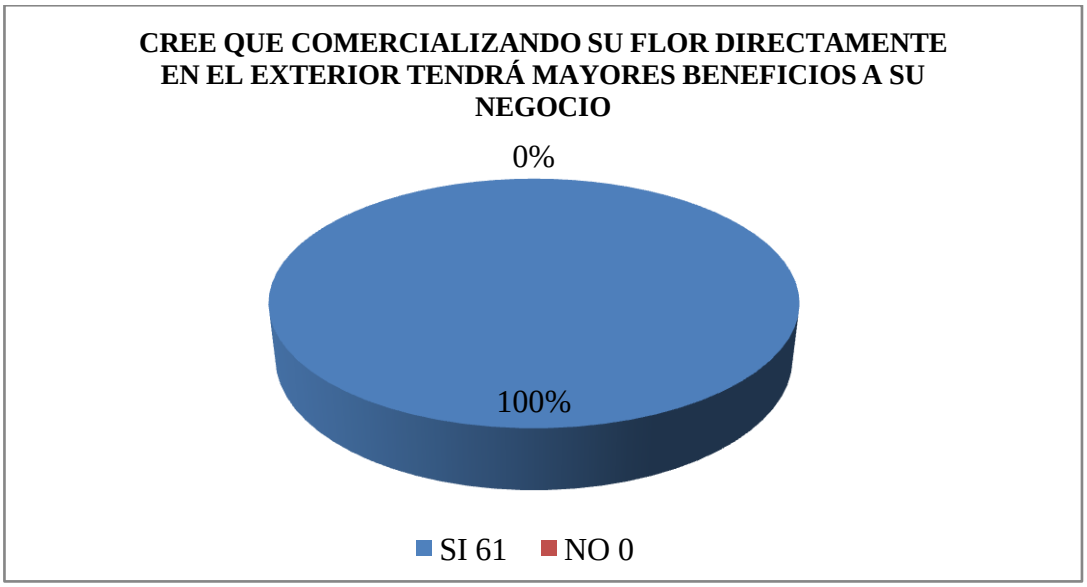
PREGUNTA No 9 ¿Le gustaría tener un centro de acopio que de mayores beneficios a su negocio?

CUADRO No 9

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	61	100
NO	0	0
TOTAL	**61**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

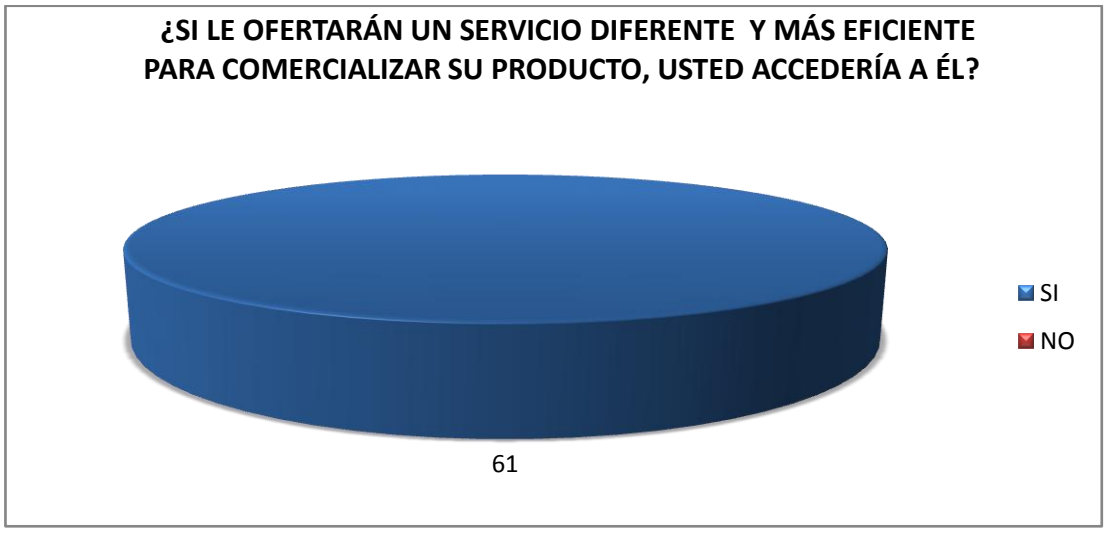
GRAFICO No 9



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Como podemos observar los resultados de esta pregunta en la encuesta realizada a los productores minoritarios es un si absoluto, pues todos están completamente seguros de que la comercialización que estamos ofreciendo les generara ingresos superiores ya que podrán palpar sus necesidades y aplicar los correctivos a su producción, considerando las sugerencias de los clientes, los precios, la reducción de descarte por manipulación, etc.

PREGUNTA No 10 ¿Si le ofertarán un servicio diferente y más eficiente para comercializar su producto, usted accedería a él?



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	61	100
NO	0	0
TOTAL	**61**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Los productores accederían al servicio, ya que existen muchas deficiencias con la modalidad de trabajo tradicional.

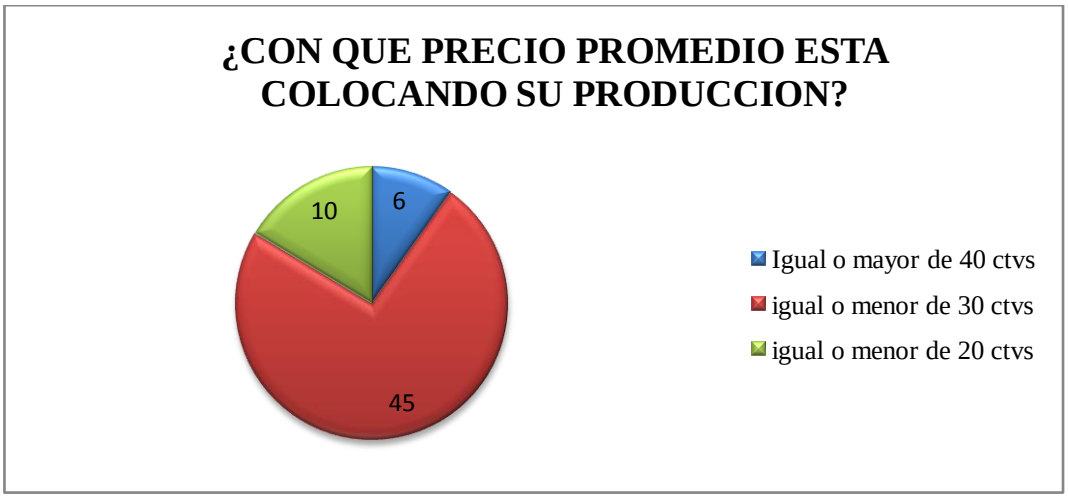
PREGUNTA No 11 ¿Con que precio promedio está colocando su producción?

CUADRO No 11

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Alto igual o mayor de 40 ctvs	6	10
Medio igual o menor de 30 ctvs	45	74
Bajo igual o menor de 20 ctvs	10	16
TOTAL	**61**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 11



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Según el análisis podemos apreciar que no todos los productores están satisfechos con el precio al que colocan su producto.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES

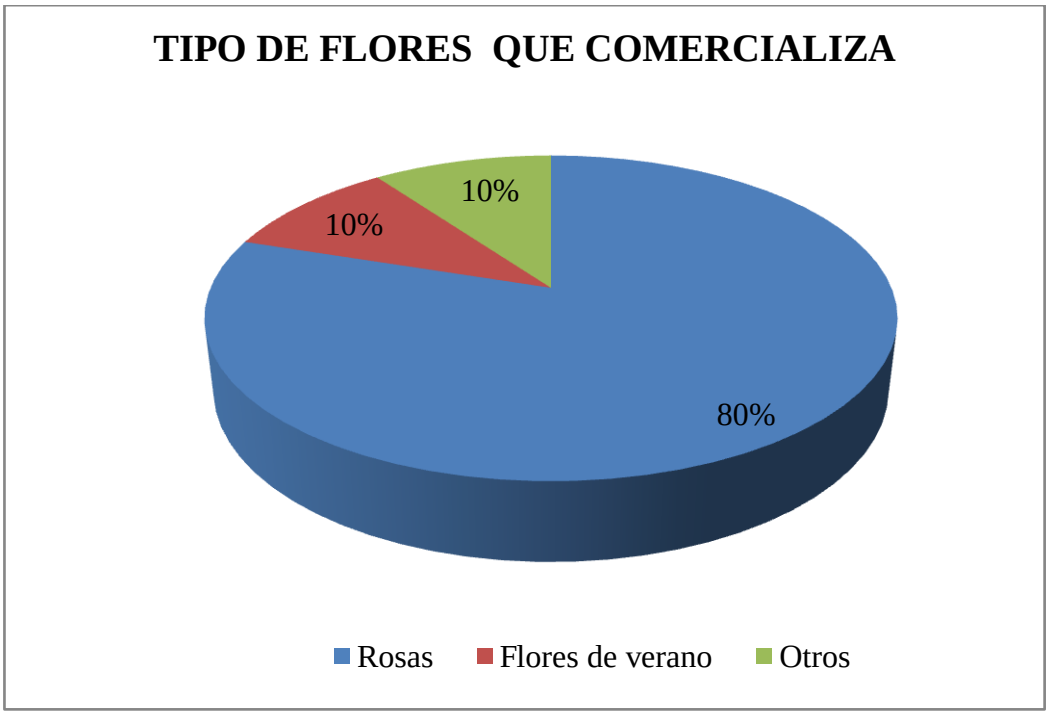
PREGUNTA No 1 C Tipo de flores que comercializa

CUADRO No 1 C

OPCIONES	RESPUESTA	%
Rosas	8	80
Flores de verano	1	10
Otros	1	10
TOTAL	**10**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 1 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Según los datos se puede observar que la mayor parte de ellos compran rosas para los diferentes mercados, lo que nos da una muestra clara de la creciente demanda de este producto a nivel internacional.

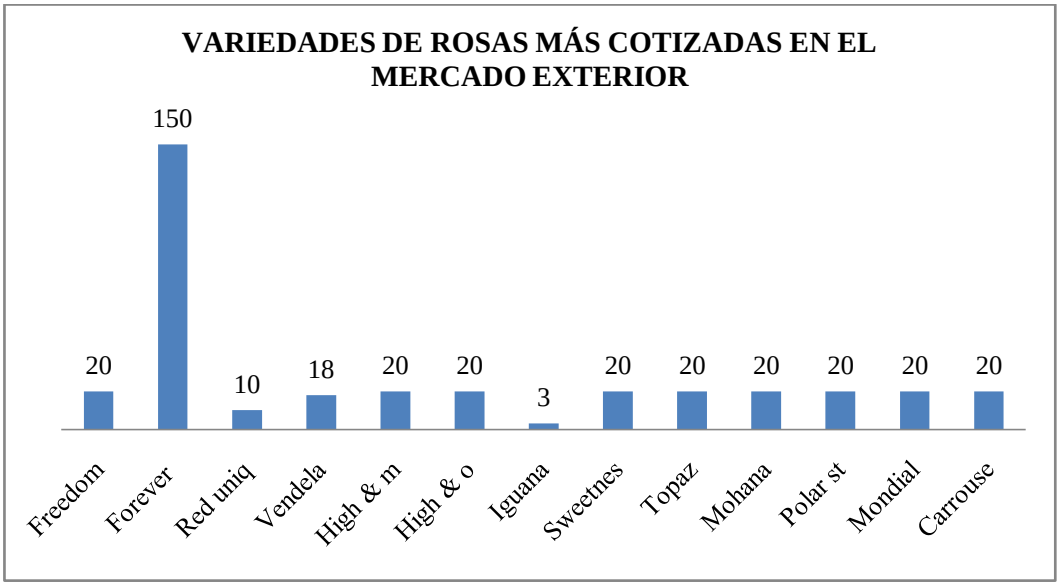
PREGUNTA No 2 C Variedades de rosas más cotizadas en el mercado exterior

CUADRO No 2 C

OPCIONES	RESPUESTA
Freedom	20
Forever	150
Red unique	10
Vendela	18
High & m	20
High & o	20
Iguana	3
Sweetnes	20
Topaz	20
Mohana	20
Polar st	20
Mondial	20
Carrouse	20

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 2 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Las variedades de rosas que más demandan los clientes son la Forever, en menor escala están la Freedom, High magic, High Orange, entre otras están son las variedades más rentables y las que más se cultivan para el mercado internacional.

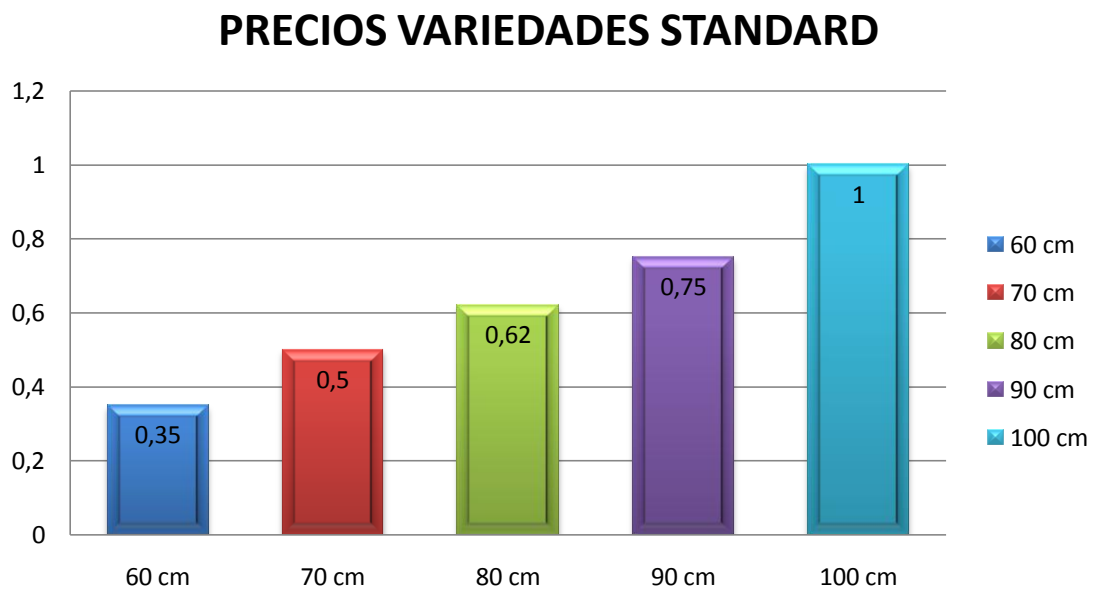
PREGUNTA No 3 C Precios referenciales que paga por los tallos standard

CUADRO No 3 C

OPCIÓN	PRECIO	NÚMERO
60 cm	**0,35**	**3**
70 cm	**0,50**	**4**
80 cm	**0,62**	**7**
90 cm	**0,75**	**3**
100 cm	**1,00**	**5**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 3 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

La variedad de rosas estándar son aquellas que se mantienen en el mercado en cualquier época del año y con una trayectoria notoria, sin tener riesgo de salir del mercado, este tipo de rosas tienen un mercado establecido, cuyo nombre denota todas las especificaciones por las cuales un cliente las escoge al momento de realizar su compra, de acuerdo al grafico podemos observar que a mayor grado, mayor precio de venta, dándonos como resultado un promedio de 12 ctvs. de dólar de diferencia por cada 10 cm de diferencia en los grados.

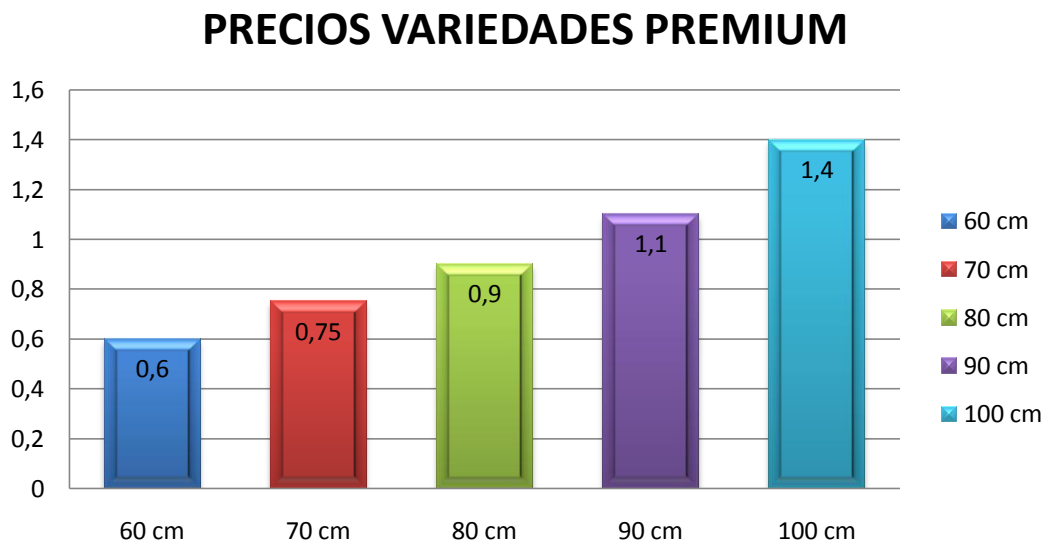
PREGUNTA No 4 C Precios referenciales que paga por los tallos premiun

CUADRO No 4 C

OPCIÓN	PRECIO	NÚMERO
60 cm	**0,60**	**3**
70 cm	**0,75**	**4**
80 cm	**0,90**	**7**
90 cm	**1,10**	**3**
100 cm	**1,40**	**5**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 4 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

La variedad Premium es aquella que han logrado introducirla al mercado internacional como novedades, en muchas de las ocasiones con cierto grado de dificultad para producirlas y el costo se incrementa notablemente, pues a mayor grado mayor es el precio; y, mayor la demanda de estas. Los precios se miden por cm de tallo, es decir si una rosa mide 70 cm por ejemplo, el costo sería a centavo el centímetro más un valor adicional de recarga en este caso cc+5 en promedio seria 0.75 ctvs. el tallo.

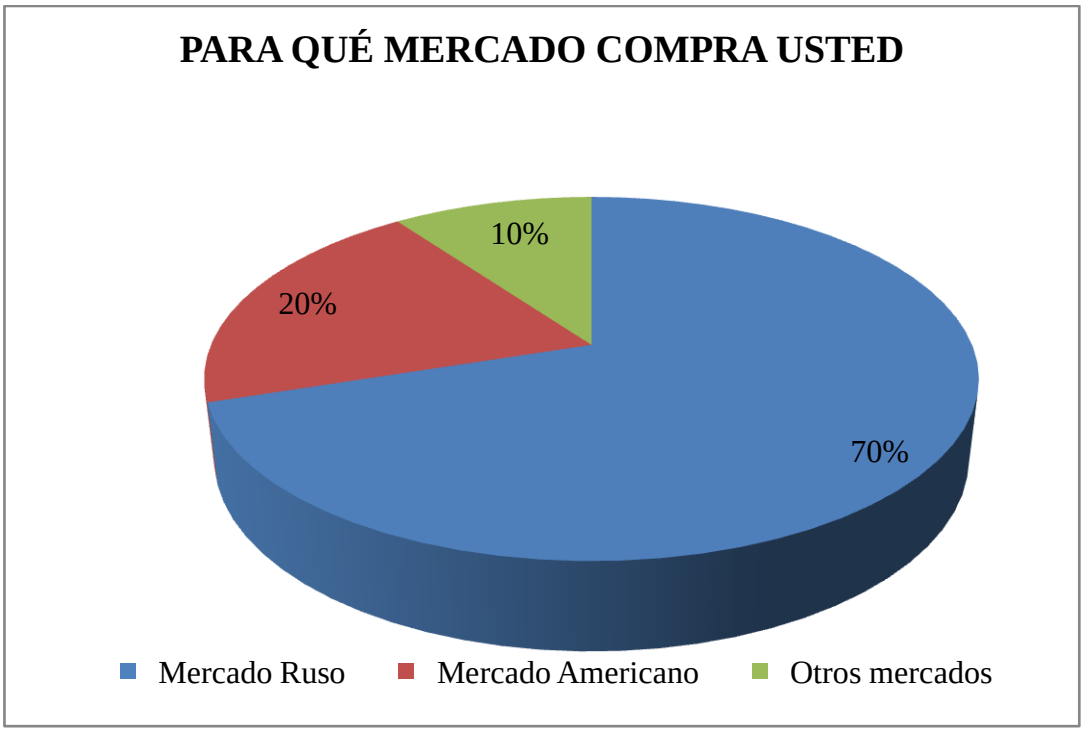
PREGUNTA No 5 C ¿Para qué mercado compra usted?

CUADRO No 5 C

OPCIONES	RESPUESTA	%
Mercado Ruso	7	70
Mercado Americano	2	20
Otros mercados	1	10
TOTAL	**10**	**100**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 5 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Del total de los encuestados más de la mitad realizan compras únicamente para el mercado europeo mientras que otros se dividen entre el mercado americano que comprende países como Canadá, Usa, Chile, Argentina y las Antillas, además de Italia, Francia y los Países Bajos.

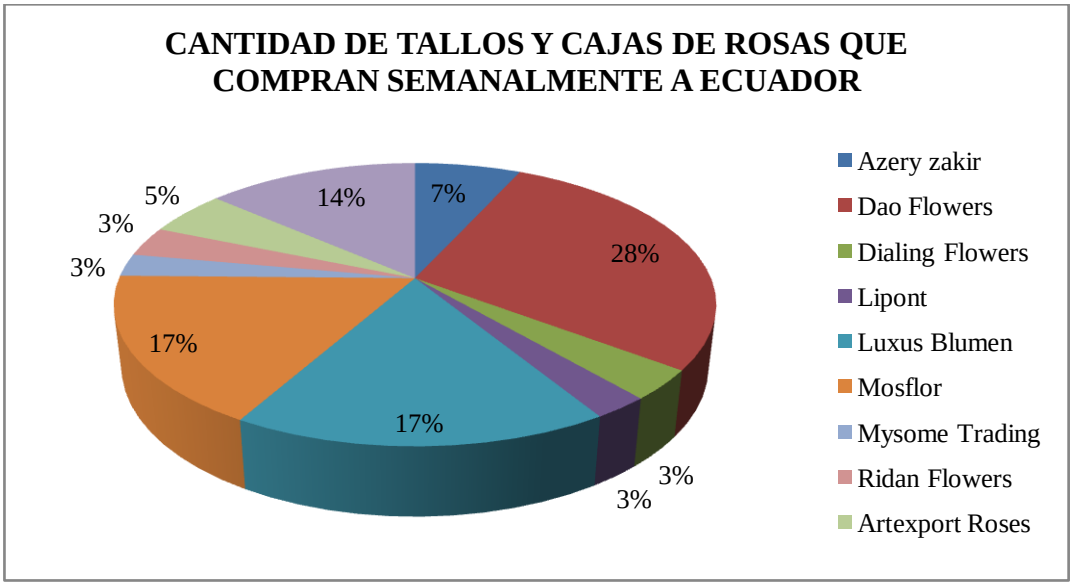
PREGUNTA No 6 C Cantidad de tallos y cajas de rosas que compran semanalmente a ecuador

CUADRO No 6 C

CLIENTE	Nº TALLOS	%	Nº CAJAS
Azeryzakir	240000	6,82	400
DaoFlowers	1000200	28,41	1667
Dialigth Flowers	120000	3,41	200
Lipont	90000	2,56	150
LuxusBlumen	600000	17,04	1000
Mosflor	600000	17,04	1000
Mysome Trading	90000	2,56	150
RidanFlowers	120000	3,41	200
Artexport Roses	180000	5,11	300
Zigzag Flowers	480000	13,64	800
TOTAL	**3520200**	**100**	**5867**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 6 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Según los resultados de la pregunta, todas las variedades de rosas se adquieren semanalmente en mayor o menor escala tanto en tallas como en rosas

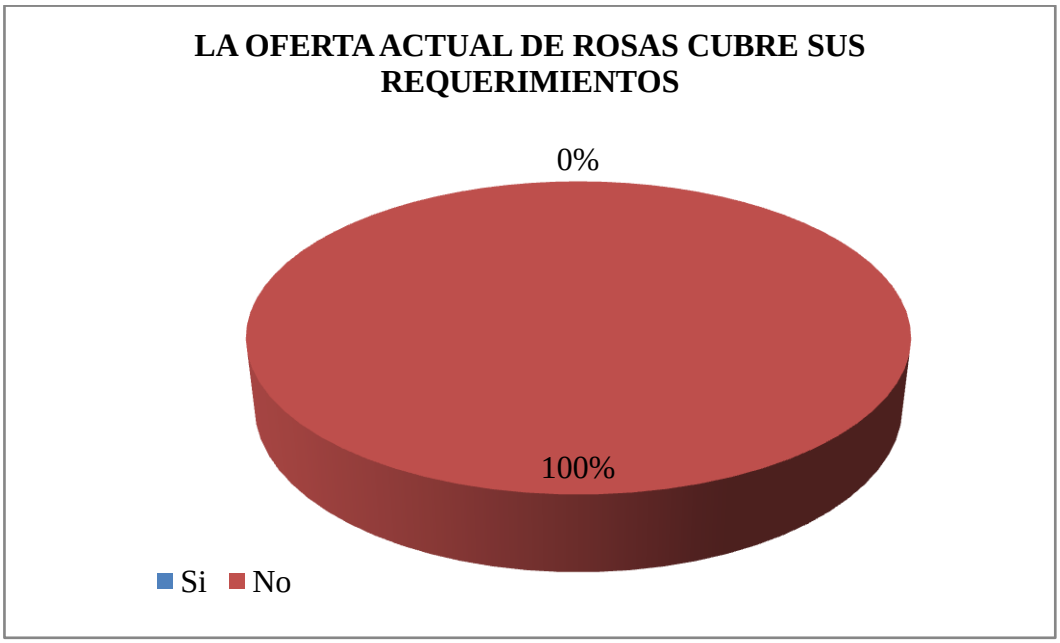
PREGUNTA No 7 C La oferta actual de rosas cubre sus requerimientos

CUADRO No 7 C

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Si		0,00
No	10	100,00
TOTAL	**10**	**100,00**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 7 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Todos los clientes manifiestan que la oferta actual de rosas no cubre los requerimientos y demanda, pese a que ya piensan en otros mercados donde va a ser requerido el producto

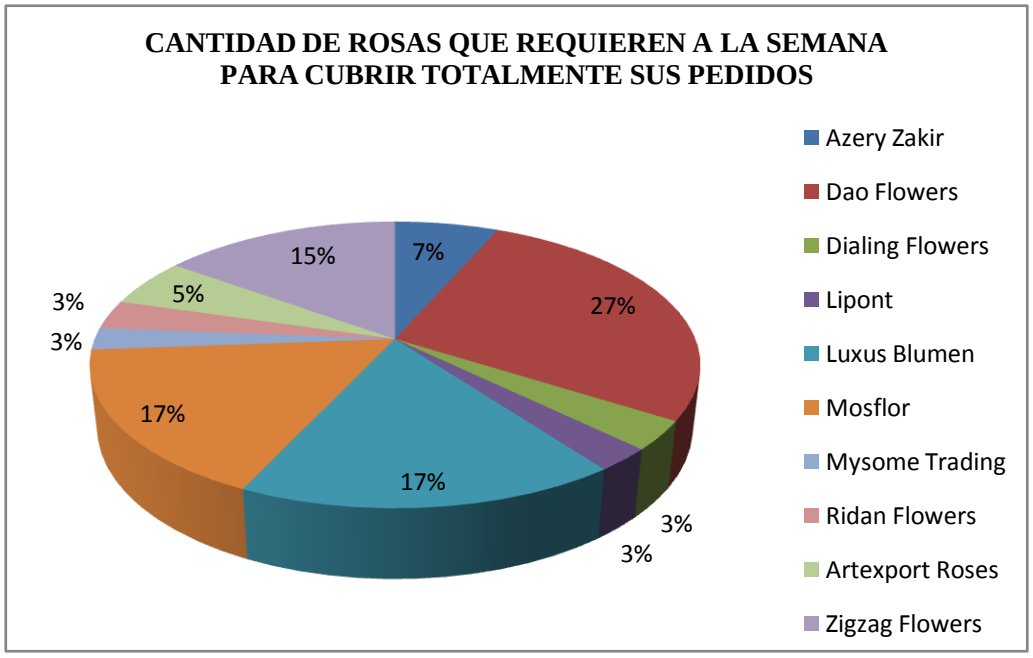
PREGUNTA No 8 C Cantidad de rosas que requieren a la semana para cubrir totalmente sus pedidos

CUADRO No 8 C

CLIENTE	Nº TALLOS	%	Nº CAJAS
AzeryZakir	252000	6,53	420
Dao Flowers	1060200	27,47	1767
Dialing Flowers	126000	3,26	210
Lipont	100200	2,60	167
LuxusBlumen	660000	17,10	1100
Mosflor	649800	16,84	1083
Mysome Trading	96000	2,49	160
RidanFlowers	126000	3,26	210
Artexport Roses	210000	5,44	350
Zigzag Flowers	579600	15,02	966
TOTAL	**3859800**	**100**	**6433**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 8 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Al igual que las respuestas anteriores, no existen una supremacía sobre la cantidad de rosas que se requieren a la semana para cubrir totalmente sus pedidos .

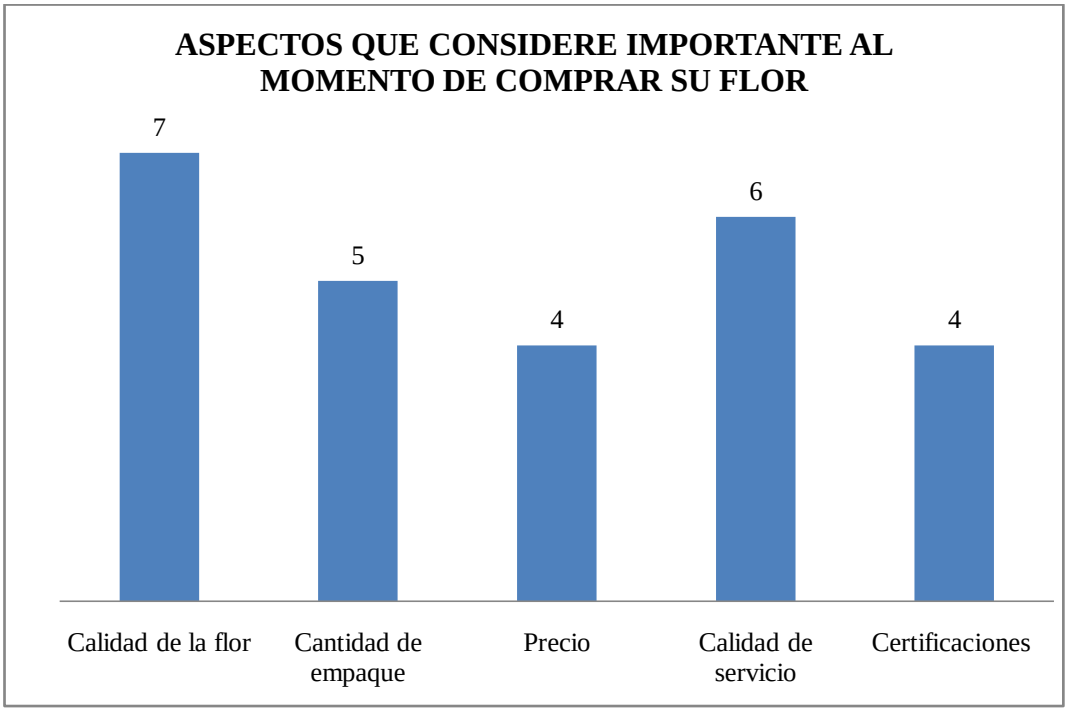
PREGUNTA No 9 C Aspectos que considere importante al momento de comprar su flor

CUADRO No 9 C

OPCIONES	RESPUESTA
Calidad de la flor	7
Cantidad de empaque	5
Precio	4
Calidad de servicio	6
Certificaciones	4

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 9 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Entre los aspectos que considera importante al momento de comprar su flor están en orden de importancia la calidad de la flor, calidad del servicio, calidad de empaque, precio y certificaciones. En esta época la calidad del producto marca la diferencia entre una empresa y otra, enfocándose a la satisfacción del cliente.

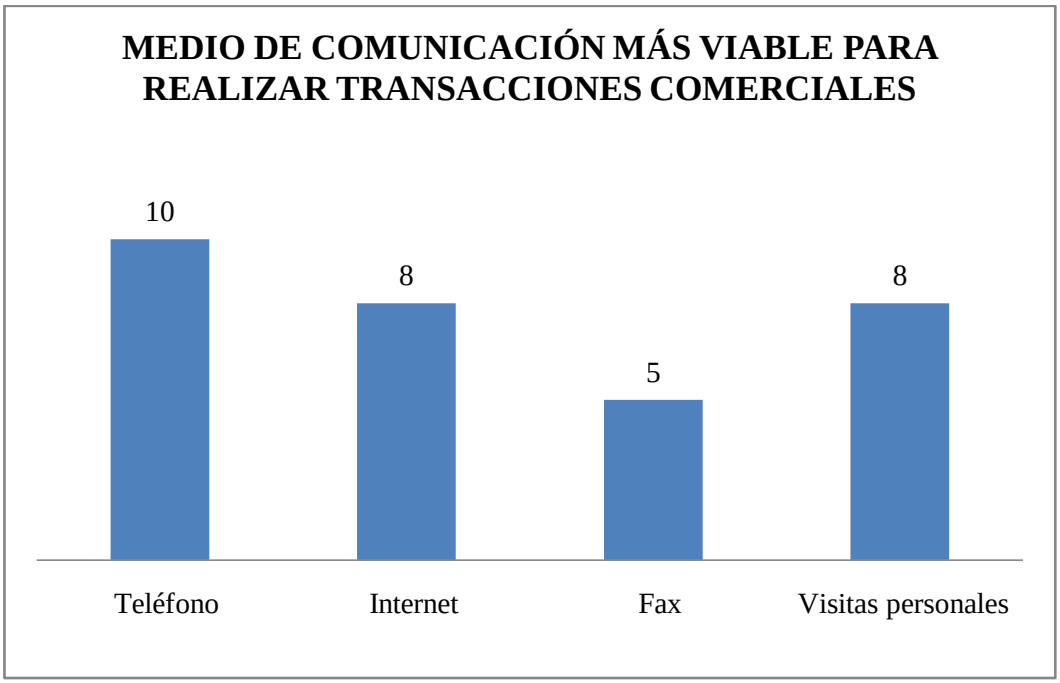
PREGUNTA No 10 C ¿Cuál es el medio de comunicación más viable para realizar transacciones comerciales?

CUADRO No 10 C

OPCIONES	RESPUESTA
Teléfono	10
Internet	8
Fax	5
Visitas personales	8

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 10 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

En la era de la tecnología debemos tener una comunicación directa con nuestros clientes, por tal motivo se evidencia que el uso del teléfono, el internet y otros medios de comunicación para realizar transacciones comerciales eficientes directas y de calidad.

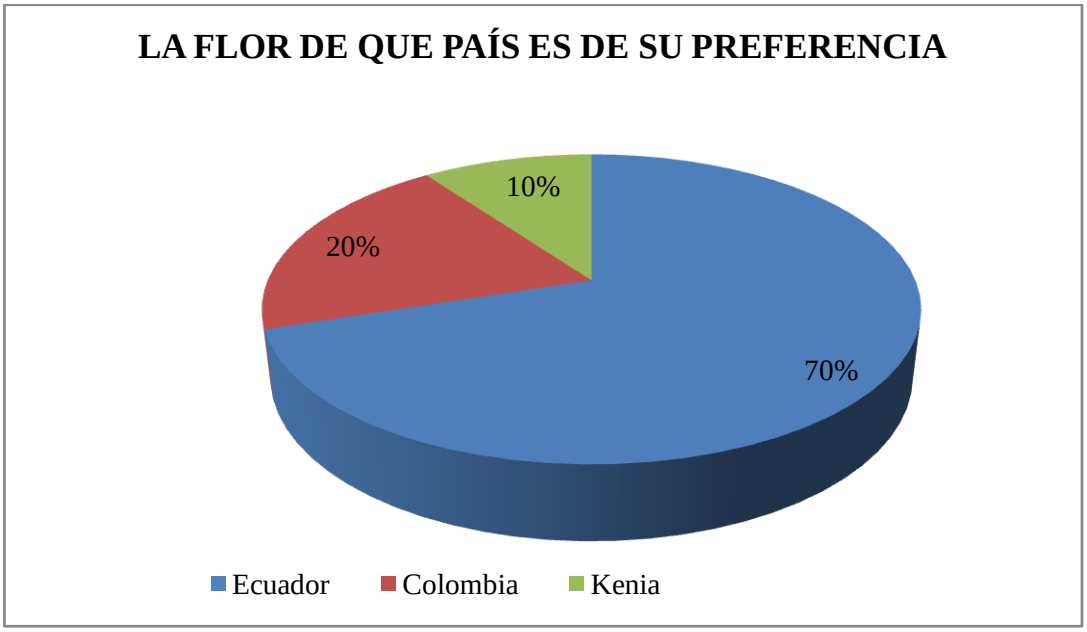
PREGUNTA No 11 C ¿La flor de que países es de su preferencia?

CUADRO No 11C

OPCIONES	RESPUESTA	%
Ecuador	7	70
Colombia	2	20
Kenia	1	10
TOTAL	10	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 11 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Se ha mencionado a nivel internacional que la flor del Ecuador es la más cotizada en el mercado exterior por su calidad, hablando del calibre del tallo, tamaño de botón y proporcionalidad del follaje, lo que se logra gracias a la ubicación geográfica de nuestro país, el tener 4 estaciones de clima para obtener una producción abierta en todas las épocas del año y satisfacer las necesidades del cliente extranjero en el mismo tiempo, adicionalmente por la ubicación de Tabacundo en la línea ecuatorial, las condiciones climáticas son las más óptimas para la producción de rosas.

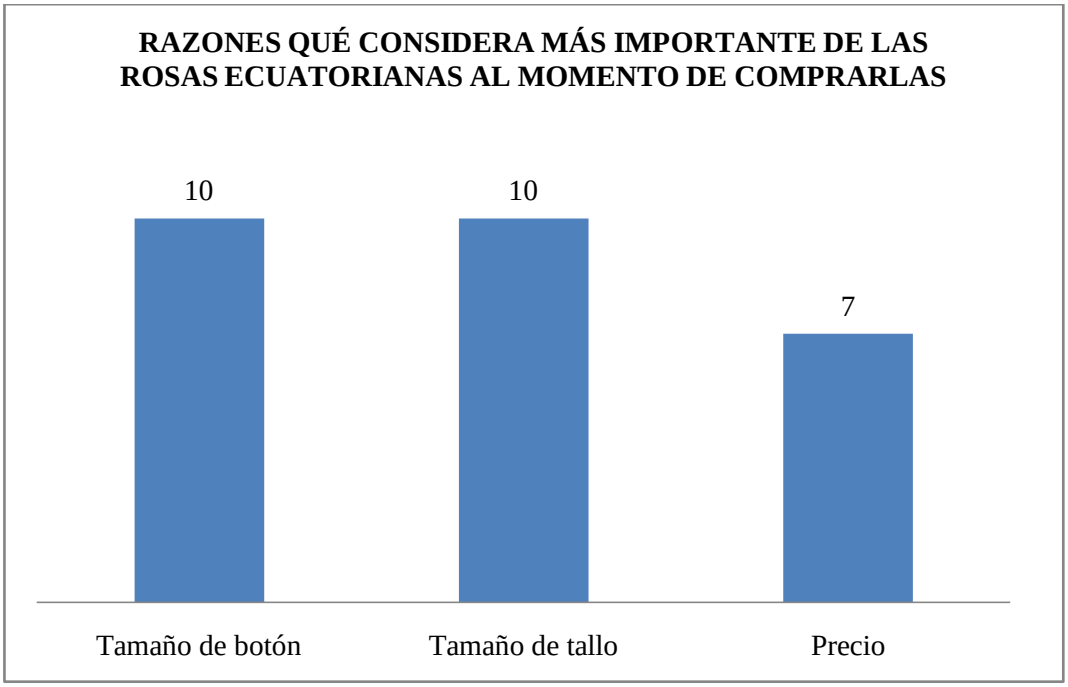
PREGUNTA No 12 C ¿Cuáles son las razones qué considera más importante de las rosas ecuatorianas al momento de comprarlas?

CUADRO No 12 C

OPCIONES	RESPUESTA
Tamaño de botón	10
Tamaño de tallo	10
Precio	7

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO No 12 C



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Entre las razones que consideran importantes los clientes a quienes se les consulto respecto de las rosas ecuatorianas al momento de comprarlas son el tamaña del botón, tamaño del tallo y precio.

2.2 Conclusiones

Entre las principales conclusiones tenemos:

- Los 61 productores minoristas producen rosas de exportación, disponiendo de terrenos cuya extensión varía entre los 500 a más de 3000 metros cuadrados con unas 2000 a más de 18000 plantas.

- Su gran mayoría no están satisfechos con los precios que están comercializando actualmente, también entre las principales variedades de rosas que cultivan son Freedom, Forever Young, Véndela, High&Magic, etc; y que la venden en Mallas y Bounches de lo que está destinado a un mercado interno en mayor proporción y el internacional en menor escala.

- Las rosas que predominan por su calidad es la europea y americana; resaltando que si comercializan directamente en el exterior tendrían mayores beneficios.

- Mencionan además que las rosas las comercializan al mercado ruso y en menor porcentaje al americano; pero que la cantidad adquirida no cubre los requerimientos.

- Entre los aspectos que consideran importantes al momento de comprar rosas ecuatorianas son la calidad de flor, el empaque, el precio, la certificación y la calidad del servicio que reciben.

- No existe en el sector una comercializadora con estas características, que asocie agrupando a productores minoritarios que ofrezcan los beneficios en común para los productores y clientes.

2.3 Recomendaciones

Entre las recomendaciones del estudio de mercado se menciona que:

- Existe una producción sostenida en la parroquia de Tabacundo que a más del mercado nacional se debe orientar la comercialización hacia el mercado internacional ya que los clientes del exterior prefieren las rosas Ecuatorianas antes que las de Colombia, Kenia u otros países por la calidad de botón, tallo y vida en florero entre otros factores que hacen de las rosas ecuatorianas las más cotizadas en los mercados internacionales.
- Los productores deben afianzar este emprendimiento a fin de recibir mayor rentabilidad para su producto.
- Con el estudio de mercado se demuestra la factibilidad inicial del proyecto, de allí que es necesario continuar con los demás estudios.
- Emprender el proyecto, con la finalidad de satisfacer la demanda insatisfecha existente para con ello generar beneficios mutuos para los implicados.

CAPITULO III

3.1 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste en realizar una investigación orientada a mejorar las estrategias para vender el producto (rosas) por parte de los productores minoristas, para tal efecto se realizó el estudio de la demanda y la oferta con la que determinaremos la demanda insatisfecha.

La investigación de mercado se lo ha realizado de forma amplia en los cuales han intervenido varios factores como: productores, comercializadores del sector y clientes externos, el resultado de las encuestas nos deja una idea clara de cómo se encuentra la situación de la demanda y oferta de las rosas en el mercado.

El proyecto ofertará rosas de calidad a un buen precio, lo cual tendrá una buena aceptación en el mercado exterior, pues el producto tendrá como principal característica la calidad, excelencia en variedades de rosas, tamaños de botón, calibre del tallo, buen follaje y duración de vida en el florero.

3.1.1 Definición del Producto

En el sector se producen rosas de exportación encaminados a los diferentes mercados que requieren este tipo de producto, constituyendo las principales divisiones para producción de los distintos mercados como el de Ucrania, Rusia, Europa y el Americano; es necesario mencionar estas divisiones ya que los volúmenes de producción y manejo de cada planta se da de acuerdo al mercado en el que la rosa será ubicada, variando así entre largo de tallo, tamaño de botón y por consiguiente precios ya que para el mercado europeo y americano los precios tienen una variación muy notoria.

Para el mercado americano los largos de tallo oscilan entre los 40-50-60 y hasta los 70 cm máximo siendo los tallos de 60 cm el tamaño óptimo para este mercado, el punto de corte es entre dos y dos punto cinco pétalos de apertura, mientras que para el mercado Europeo, Ruso y Ucraniano, los tallos deben medir en menor proporción en

60 cm, 70-80-90-100-110 y hasta 150 cm de largo siendo los 80 y 90 cm las medidas más buscadas con tamaños de botón de 6.5 en adelante, con un punto de apertura de 3 a 5 pétalos.

El empaque será en presentaciones normales, es el bounche de 25 tallos en lámina de cartón micro corrugado blanco en las medidas de 25*50 hasta 25*80, o a su vez 30*60 o 30*80, dependiendo del tamaño del botón, de cada variedad a ser procesada.

Complementariamente con 1 liga sea esta 80-2 o 100-2, en los tallos a mínimo 5 cm de la base hacia arriba, 4 o 5 separadores dependiendo del tipo de embonche, papel para proteger los botones y un capuchón acorde al tamaño del bounche para protección de follaje.



Fotografía No 1: Presentación de Bounches

La presentación del producto es muy importante para la ubicación en el mercado, para realizar la clasificación se toma en cuenta varios parámetros preestablecidos como son: tamaño de botón y calibre de tallo uniformes, tamaño de tallo, consistencia de tallo, densidad de follaje, y revisión de plagas y enfermedades de acuerdo a estándares de Agro calidad.

La rosa se exporta en cajas las cuales se diferencian como se detalla a continuación:

FB o Full Box: están compuestas por dos HB o a su vez cuatro QB.
HB, Half Box o Tabacos: este tipo de cajas existen desde normales con medidas de 25*25*100 (alto*ancho*largo) hasta cajas más grandes de medidas 25*30*120

llamadas súper jumbo; estas cajas son las más usadas en especial para el envío de flor al mercado europeo, tienen una capacidad desde 6 hasta 10 o 12 bounche dependiendo del tamaño de botón que le caracterice a la variedad o a su vez de las especificaciones que el cliente requiera al momento de la compra.

QB, Quarter Box o cajas cuarto: son cajas cuya medida estándar es 15*25*100 o hasta 75 mínimo, son cajas pequeñas en las cuales se puede empacar 4 bounche máximo y cuatro cajas de estas conforman una caja full, este tipo de caja se usa con más frecuencia para el mercado americano, en lo que se refiere al mercado americano es mucho más complicado este tipo de cajas ya que el costo de espacio en vuelos aéreos es por espacio usado.



Fotografía No 2 Presentación en Cajas Tabaco (HB**)**

Las cajas en todas sus presentaciones deben cumplir con especificaciones dadas para su aceptación en cargueras con respecto a la marca, ya que cada una de ellas debe tener impreso en sus costados el logotipo, teléfonos y dirección ya sea de quien envía el producto o de quien las recibe.

La negociación de los precios representan un papel muy importante ya que en base al conocimiento de las variaciones y costumbres de los mercados a los que está encaminado el producto, los precios varían, ya sea en épocas como verano e invierno o en fechas importantes como son valentín, ingreso a clases, navidad, día de la mujer, tanto del mercado ruso, americano como del europeo.

Nuestra principal fuente de materia prima serán los 61 florícolas pequeñas que producen rosas

3.1.2 Análisis de la Demanda y Proyecciones

Las rosas son un producto para ser utilizado como adornos en casas, hoteles, restaurants y en la última década se las utiliza para la elaboración de perfumes y fragancias, muy demandados en mercados como Rusia y Ucrania donde las requieren para regalo pues en estos países el cultivo de estas flores es muy escaso por los tiempos tan cambiantes que tienen durante el año.

La información para determinar la demanda de rosas se la obtuvo a través de las encuestas aplicadas a los productores y clientes, así:

El proyecto, consideró a los productores minoristas quienes les venden las flores a los mayoristas para que a su vez las comercialicen en el exterior, así en la Demanda Actual, el producto qué se van a ofertar es rosas; por lo que de acuerdo a la investigación de campo realizado y una vez tabuladas las encuestas, la Demanda Actual y Mercado Meta la obtuvimos del porcentaje promedio de las respuestas de las preguntas de las encuestas que constan en el capítulo anterior, así:

PRODUCTORES MINORISTAS

Pregunta Nº 1.- Produce Usted Rosas de Exportación, Si, 100,00 %

Pregunta Nº 7.- En que mercado comercializa su producto (Interno), 96,72%

Pregunta Nº 9.- Le gustaría tener un centro de acopio que le de mayores beneficios a su negocio? Si, 100,00 %

Pregunta Nº 10.- Si le ofertarán un servicio diferente y más eficiente para comercializar su, usted accedería a él. Si 100,00 %

TOTAL **396,72 %**

PROMEDIO **99,18 %**

ESTUDIO DE LA DEMANDA

MERCADO META

POBLACIÓN EN ESTUDIO	% PROMEDIO	MERCADO META
61	99,18 %	60,5
TOTAL		**61**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

De la población en estudio, 61 posibles usuarios o demandantes de nuestra empresa que serán los pequeños productores de rosas en el sector de Tabacundo y que por circunstancias de mercado no puede exportar directamente sus flores a otros países por el monopolio que tienen las comercializadoras, se concluye de acuerdo a las preguntas No 1,79 y 10 en que hacen referencia a si producen rosas de exportación, así como en qué mercado comercializa su producto (mercado Interno, si cree que comercializando su flor directamente en el exterior tendrá mayores beneficios a su negocio y si le ofertarán un servicio diferente y más eficiente para comercializar su producto de manera directa al exterior, usted accedería a él; la sumatoria de las respuestas da un total del 396,72 % que dividiéndole para las 4 preguntas nos da un promedio del 99,18 %.

Este resultado lo multiplicados por los 61 productores minoristas y nos da como resultado que los 61 constituyen el mercado meta del cual se proyectara los datos.

Al referirnos a la pregunta No 5 en que se hace referencia al volumen de producción mensual (tallos) que tiene en su cultivo, la producción mensual y anual será:

OPCIÓN	NÚMERO	PRODUCCIÓN MENSUAL	PRODUCCIÓN ANUAL
5000	20	100000	1200000
8000	27	216000	2592000
11000	4	44000	528000
14000	9	126000	1512000
15000	1	15000	180000
TOTAL		**501000**	**6012000**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Según el cuadro anterior, los 61 productores minoritarios, producen mensualmente 501.000 tallos de rosas y al año serán 6'012.000 tallos, los que son destinados mayoritariamente al mercado nacional pues no tienen la capacidad de comercializar al mercado internacional, conforme la pregunta No 7.

Proyección de la Demanda.- Para calcular la demanda futura se aplica la fórmula del monto (DF = DA (1+i) n); con un crecimiento del 4,67% anual, que relaciona la tasa de inflación con el aumento de la demanda y que es un dato tomado del INEC, que a la presente fecha utilizamos este indicador para proyectar la demanda, así:

DF = DA (1+i)n

DF =	**Demanda Futura**
DA =	Demanda Actual
1 =	Constante
i =	% de la tasa de inflación (4,67 %)
n =	# de años

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

En el siguiente cuadro se proyecta la Demanda, así:

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Nº	AÑOS	DEMANDA FUTURA
0	2.012	6.012.000
1	2.013	6292760
2	2.014	6383376
3	2015	6475297
4	2016	6568541
5	2017	6663128

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

3.1.3 Análisis de la Oferta y Proyecciones

Con respecto a la oferta de rosas y que comercializan en el exterior, los resultados de la pregunta No 2 B, tenemos:

		OFERTA		
OPCIÓN	**NÚMERO**	**DIARIAMENTE**	**MENSUAL**	**ANUAL**
800	6	4800	96000	1152000
1200	2	2400	48000	576000
1800	1	1800	36000	432000
2000	1	2000	40000	480000
TOTAL		**11000**	**220000**	**2640000**

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Para determinar la Oferta Actual hemos considerado la respuesta de la pregunta 2B que cantidad comercializan diaria, mensual y anualmente las 10 comercializadoras de rosas totalizando 2’640.000, bajo la misma referencia establecida para la demanda futura, la oferta crece en la medida que crece la demanda, por lo que la oferta debe satisfacer las necesidades del consumidor; la fórmula de cálculo es:

$$OF = OA\ (1+i)n$$

OF =	**Oferta Futura**
OA =	Oferta Actual
1 =	Constante
i =	% de la tasa de inflación (4,67 %)
n =	# de años

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Nº	AÑOS	OFERTA
0	2.012	2.640.000
1	2.013	2763288
2	2.014	2803079
3	2015	2843444
4	2016	2884389
5	2017	2925924

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

3.1.4 Análisis de la Demanda Insatisfecha y Proyecciones

Demanda Insatisfecha Actual.- Al comparar la Demanda Actual con la Oferta Actual, se establece una diferencia que será Déficit o Superávit; y, si es la primera se considerará como Demanda Insatisfecha resultante de lo siguiente:

DEMANDA INSATISFECHA AL AÑO 2012

CONCEPTO	Año 2012		
	Producción Actual	**Oferta Actual**	**Demanda Insatisfecha**
Número de Rosas	6´012.000	2’640.000	3’372.000

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Demanda Insatisfecha Futura.- Se obtiene de la resta de la Demanda con la Oferta, así:

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Años	Demanda Insatisfecha Futura		
	Demanda Futura	Oferta Futura	Demanda Insatisfecha
2.012	6.012.000	2.640.000	3.372.000
2.013	6292760	2763288	3.529.472
2014	6383376	2803079	3.580.297
2015	6475297	2843444	3.631.853
2016	6568541	2884389	3.684.152
2016	6663128	2925924	3.737.204

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Estos datos tienen relación directa con la pregunta y respuesta No 8 C, referente a si la oferta actual de rosas cubre sus requerimientos, a lo que manifestaron que no.

3.1.5 Análisis de Precios

En la ciudad y especialmente de acuerdo a la investigación de campo, encuesta y resultados obtenidos, los precios referenciales serán los que constan en las preguntas 4 C y 5 C, así:

PRECIOS REFERENCIALES DE VENTA POR TALLO STANDARD

OPCIÓN	PRECIO
60 cm	0,35
70 cm	0,50
80 cm	0,62
90 cm	0,75
100 cm	1,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

PREGUNTA No 5 C

Precios referenciales de venta por tallo premiun

OPCIÓN	PRECIO
60 cm	0,60
70 cm	0,75
80 cm	0,90
90 cm	1,10
100 cm	1,40

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Las autoras

Estos precios constan en las respuestas de las preguntas No 4 C y 5 C de la investigación realizada y para nuestro proyecto se considerarán como precios promedios.

3.1.6 Capacidad de Producción

La capacidad de producción está ligada a la demanda insatisfecha, a la extensión de terrenos, tallos, maquinaria, proceso productivo y recursos económicos, correspondiendo todo ello al conjunto de operaciones que se realizan para comercializar las rosas en el mercado internacional de los 60 productores minoristas y que se ofertarán.

La capacidad del proyecto será de 1000 flores diarias, al año y laborando los 360 días se tendrá una capacidad de oferta de rosas para el mercado internacional y especialmente para Estados Unidos, Rusia y Ucrania; por lo que se atenderá al 10,68 % de la Demanda Insatisfecha (1.000* 360días = 360.000 rosas anuales)

360.000 / 3´372.000 = 0,1068* 100 = 10,68 %

3.1.7 Análisis de la Comercialización

La empresa comercializadora de rosas a crearse, utilizará dos canales de comercialización a fin de llegar con el producto al consumidor final y será:

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Será utilizado este canal de distribución ya que la empresa va a comercializar la producción de los productores minoritarios.

3.2 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico abarca primeramente una descripción del cantón con sus características y se describen aspectos técnicos del proyecto como tamaño, localización, ingeniería, descripción del proceso productivo, distribución de la planta y requerimientos.

En el estudio técnico se va a determinar las instalaciones, el proceso de embarque y comercialización, la distribución de la empresa, considerado los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Determinar el espacio físico a utilizarse para la implementación de la empresa comercializadora de rosas con sus respectivas áreas.
- Determinar el proceso a emplear en las diferentes etapas de comercialización.

3.2.1 Tamaño

El tamaño del proyecto se determinará en base del Estudio de Mercado y la capacidad de producción que fue calculado anteriormente por lo que en esta etapa se analiza las instalaciones, maquinaria y espacio a ocupar.

Del Análisis de la Demanda Insatisfecha y sus proyecciones, la capacidad de producción, se plantea que el proyecto va a cubrir el 10,68 % de la producción de los minoristas

3.2.2 Características de la Parroquia

Tabacundo

San Juan de Tabacundo



Bandera



Escudo



- **País** Ecuador
- **Provincia** Pichincha
- **Cantón** Pedro Moncayo
- **Ubicación**

- **Latitud** -00.15°
- **Longitud** -78.15°
- **Altitud** 1.730 - 4.300 msnm
- **Distancia** 45 km al Nororiente de Quito
- **Población** (2007) 11.000 hab.
- **Densidad** 500 hab./km²
- **Gentilicio** Tabacundeño(a)
- **Alcalde** Virgilio Andrango Fernández (ID)
- **Sitio web** http://www.tabacundolindo.com

San Juan de Tabacundo, es una población de Ecuador, ubicada al nororiente de la ciudad de Quito, es cabecera cantonal de Pedro Moncayo, en la provincia de Pichincha y es conocida por su gran producción florícola y arraigadas costumbres andinas.

Geografía

Tabacundo está ubicada al nororiente de la provincia de Pichincha, en los -00.15° de latitud y -78.15° de longitud. El área urbana rodea casi los 2km², y está asentada en el margen occidental de Guayllabamba – Tabacundo - Ibarra, que se deriva de la carretera panamericana entre Guayllabamba y Cayambe.

La ciudad está ubicada entre los 1.730 y 4.300 msnm por lo que su clima es frío aunque no en extremo, variando entre los 8 a los 14 °C promedio.

Como capital cantonal, Tabacundo es el núcleo urbano de las otras cuatro parroquias que conforman el mismo: La Esperanza, Tupigachi, Tocachi y Malchinguí.

Demografía

Según el último censo realizado por el INEC, la población total de la parroquia de Tabacundo era de 11.000 habitantes (2007). Es decir que más de la mitad de los habitantes del cantón vivían en la ciudad y sus cercanías.

Fiestas de la cosecha

Una celebración que se remonta a los tiempos precolombinos en los que los indígenas agradecía a la madre tierra por los favores recibidos y la buena cosecha del año. Hoy en día se sigue celebrando cada septiembre, cuando se inician las festividades con la elección de la Reina del Cantón. Cada barrio de la ciudad realiza actividades conmemorativas a la fecha: exposiciones, fiestas, procesiones, desfiles, etc. Es durante esta celebración que se realiza la "Corrida de Toros Populares" en la plaza del barrio La Banda, durante tres días de festejo taurino-popular al que asisten no solo los lugareños sino vecinos de comunidades y ciudades cercanas.

La celebración de esta fecha termina con el desfile de la confraternidad o unidad, donde participan carros alegóricos de todos los barrios y parroquias del cantón, así como las comparsas de instituciones educativas.

3.2.3 Localización



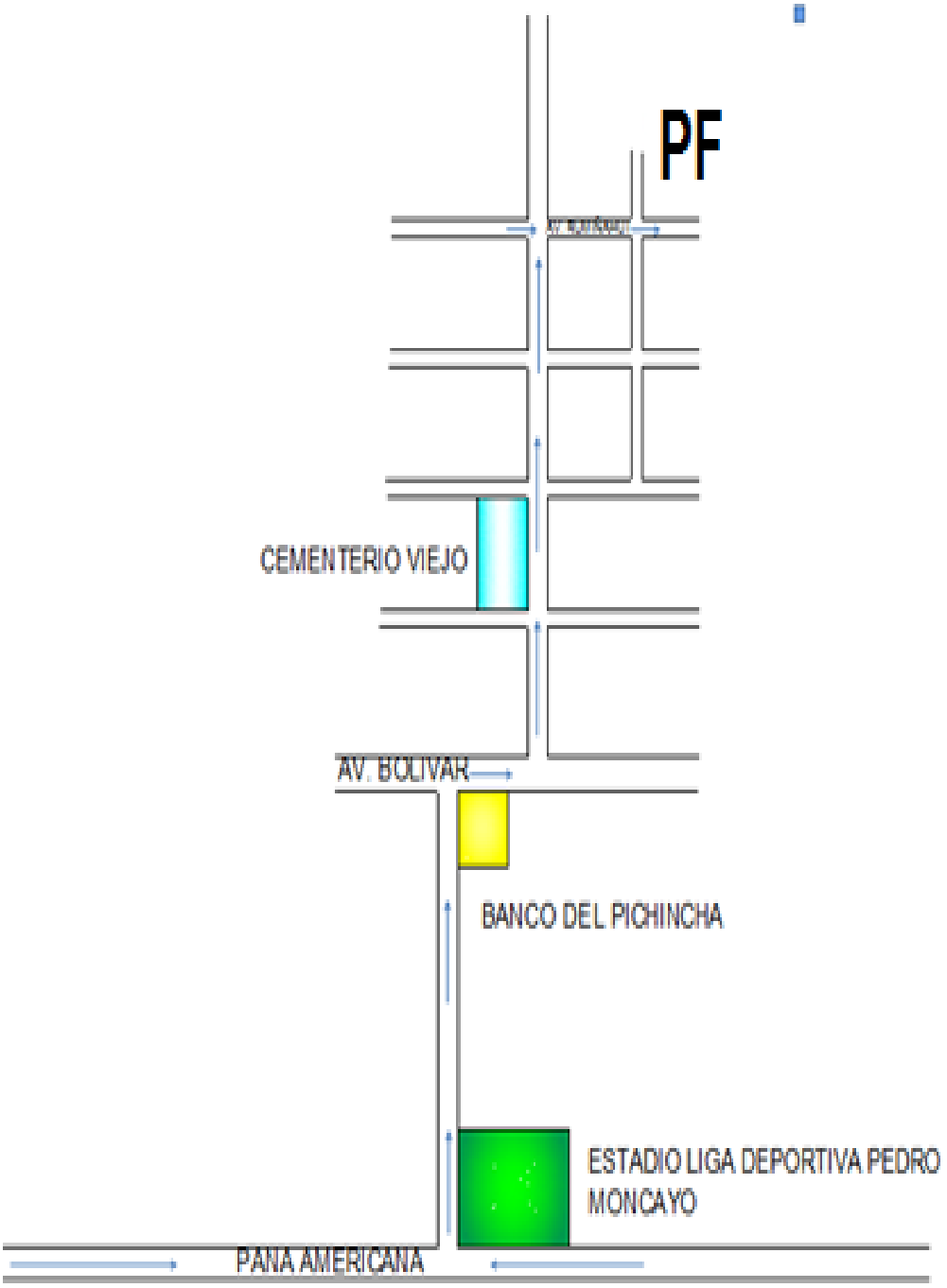
MACROLOCALIZACIÓN

Este proyecto será ejecutado en la parte urbana del cantón Pedro Moncayo, en la provincia de Pichincha, República del Ecuador, a 60 Kilómetros de la capital de la provincia. Adecuadamente la ubicación facilita el transporte de las cajas ya que estamos a hora y cuarto del aeropuerto y de las agencias de carga destinadas para esta actividad.

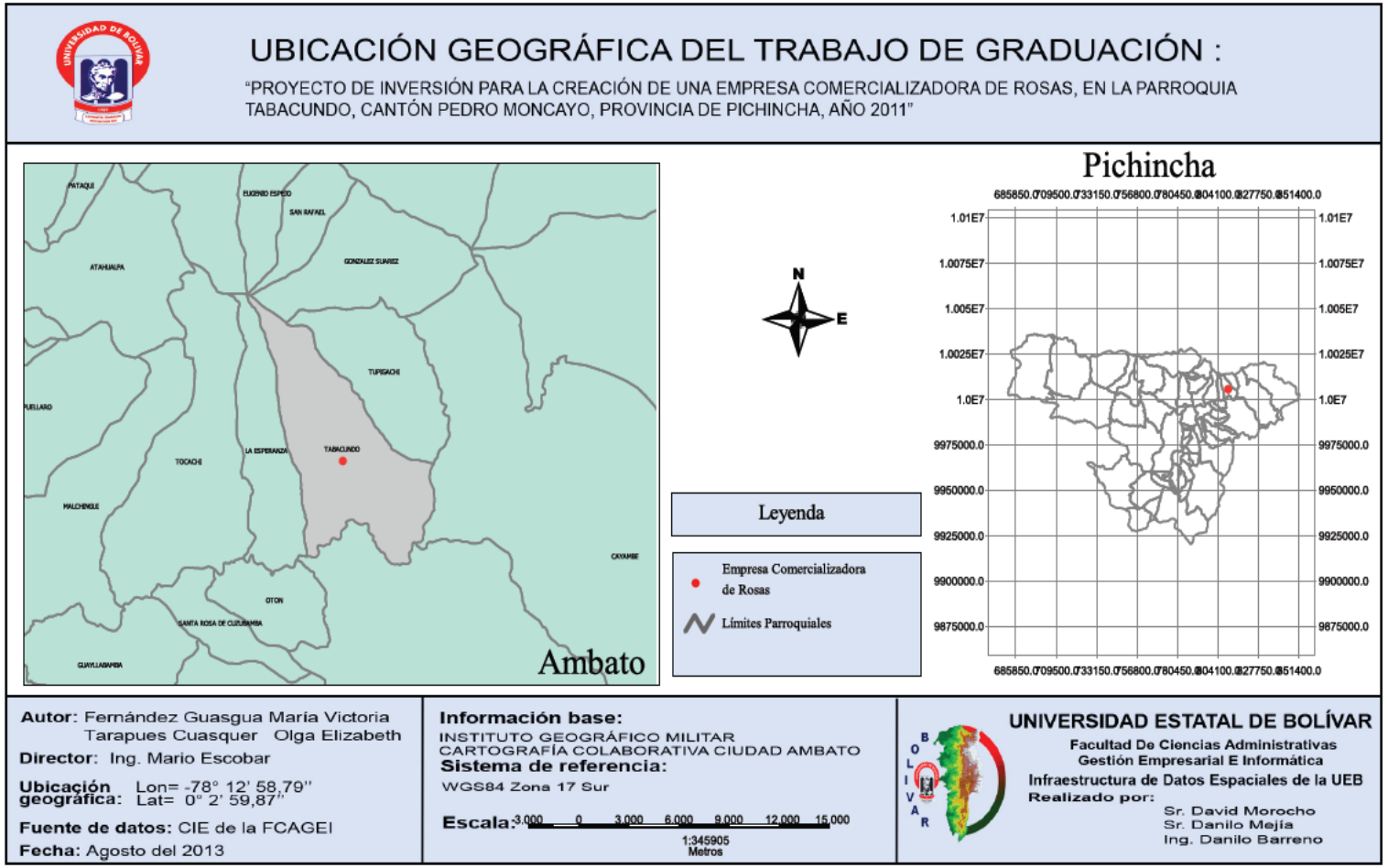
MICROLOCALIZACIÓN

Dadas las condiciones de facilidad y acceso de los productores y según las encuestas realizadas, los productores minoritarios del cantón coincidieron en que se debería ubicar la planta en el centro de la parroquia de Tabacundo ya que resultaría más conveniente para los productores por el tema de transporte, es así que el croquis de

ubicación es el siguiente: Parroquia de Tabacundo, Barrio San Rafael, calle Rumiñahui y Rocafuerte lote No 72.

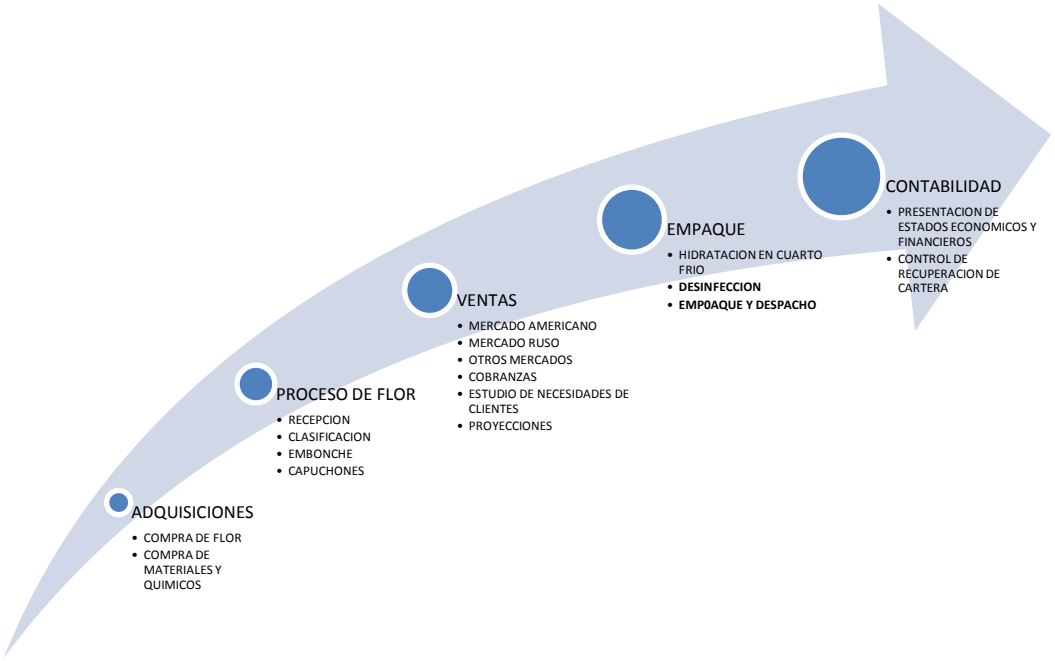


MAPA GEOREFERENCIAL

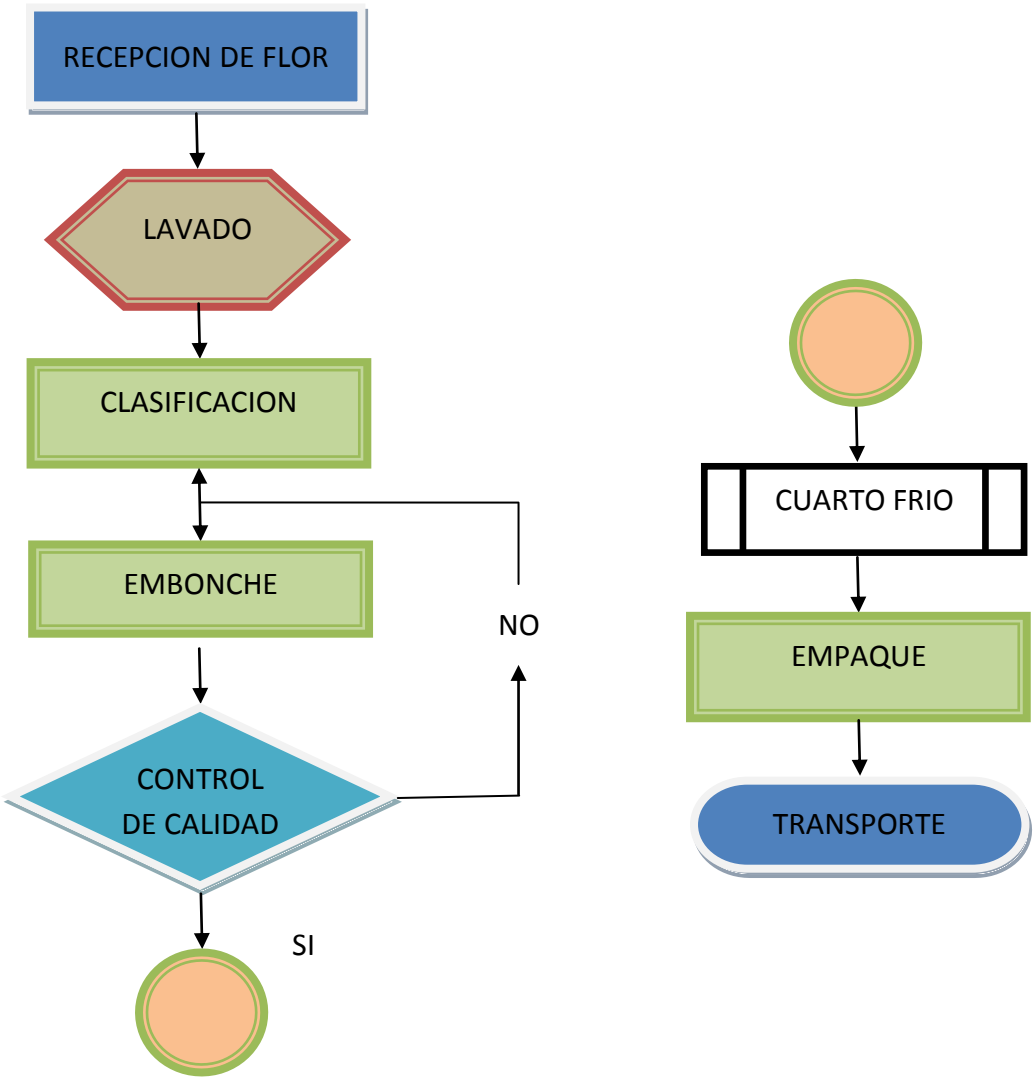


3.2.4 Ingeniería o Proceso Productivo

El presente proyecto está destinado a la prestación de un servicio de comercialización, utilizará el siguiente esquema de producción o generación del servicio; basado específicamente en la atención directa al cliente, al proveedor, al mejoramiento continuo de la calidad del producto y al proceso, satisfaciendo las necesidades de los clientes más exigentes tanto internos como externos.



FLUJOGRAMA DE PROCESO DE POSTCOSECHA



3.2.5 Distribución de la planta

Al describir la estructura física de la empresa, esta debe contener oficinas administrativas para el gerente, la secretaría contadora y otro espacio destinado a cuarto frío, donde se almacenará la materia prima (rosas), materiales y una bodega.

Una adecuada distribución de las oficinas y la planta procesadora permitirá que cada actividad y proceso se desarrollen de una manera eficiente, debemos

considerar que el espacio existente es suficiente para que la empresa pueda operar, así cada uno de los espacios deben estar iluminados y contar con la ventilación suficiente, en el área de post cosecha no se deben utilizar materiales que se oxiden ya que este espacio siempre estará húmedo especialmente el piso

Para la puesta en marcha del proyecto, la futura empresa alquilará las instalaciones de un local con una construcción de 250 m2 en un terreno de propiedad de una de las socias, ubicado al suroeste de la parroquia de Tabacundo en la que existe los espacios donde se instalará la maquinaría para movilidad interna y espacios verdes.

Al primer año se ofertará las rosas de los productores minoristas en un 10,68 % que son 360.000 (180.000 rosas de tallo estándar y 180.000 rosas de tallo premiun) y para el segundo año será 376.812, el incremento será del 4,67%.

La ubicación de la empresa y su selección es clave para el proyecto ya que el terreno de propiedad de una de las socias posee los servicios básicos y condiciones adecuadas tanto para brindar la logística a los productores como para embarcar y llevarlos al aeropuerto o terminal para su envió al exterior como al interior del país.

Una buena distribución de las instalaciones permitirán:

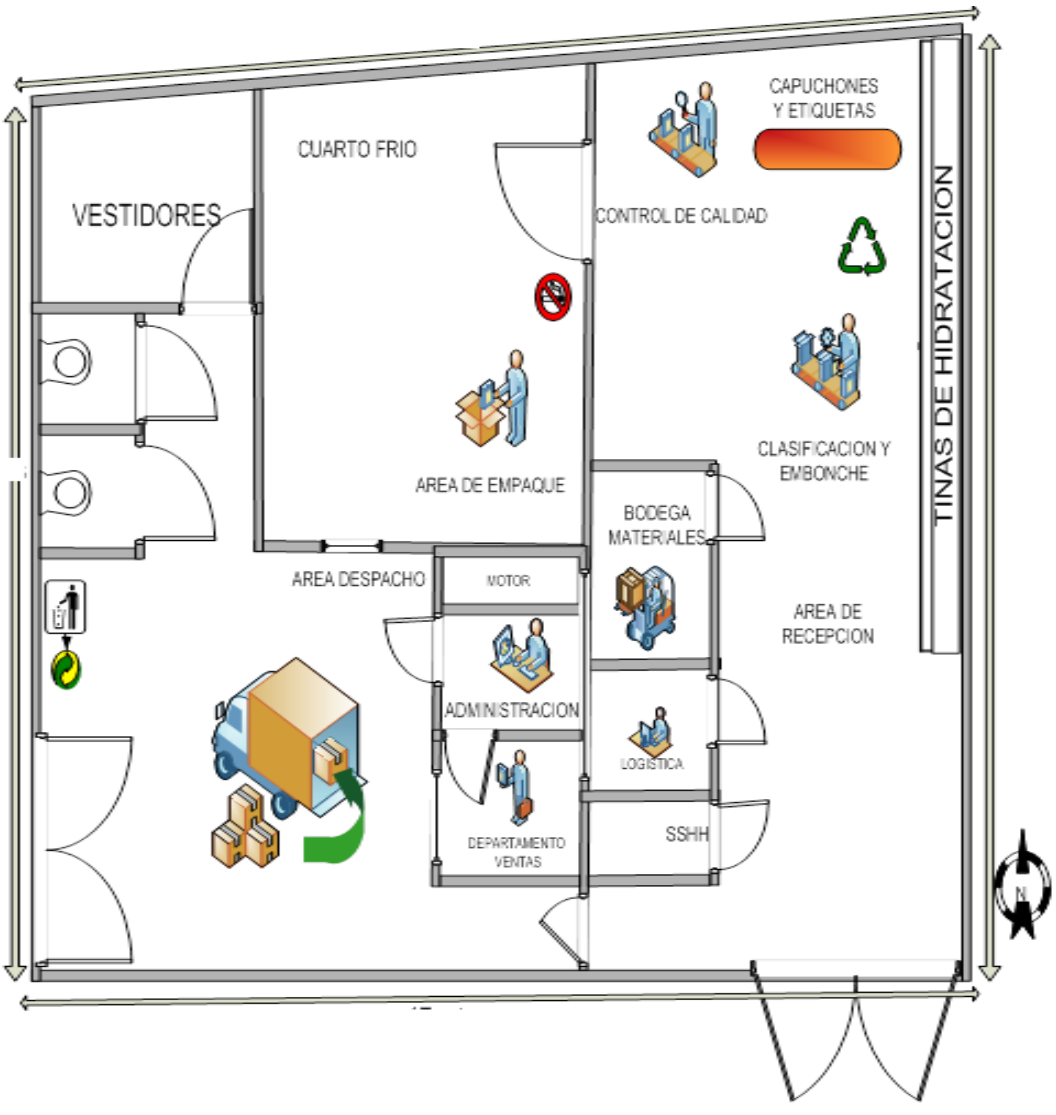
- Eficiencia en el uso de los recursos
- Eficiencia en el uso del personal
- Circulación adecuada de la clientela, personal, equipos, materiales y productos.
- Mejorar la calidad y atención al cliente.
- Mejorar las condiciones de trabajo.
- Incrementar la productividad y reducción de costos.

3.2.6 Requerimientos

Las necesidades de espacio están en función de los requerimientos para el área clasificación, pre embarque y para las oficinas

La distribución de la planta se realiza por área, será:

1.	Área Administrativa	36 m2
2.	Área Operativa	80 m2
3.	Área de limpieza y desinfección de personal	30 m2
4.	Área de empaque	20 m2
5.	Área de carga y descarga	84 m2
TOTAL		**250 m2**



Instalaciones e Infraestructura.- El local que se va a arrendar cuenta con todos los servicios básicos las 24 horas del día como:

- Agua
- Alcantarillado
- Energía Eléctrica

EQUIPOS DE CÓMPUTO

DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Computadora	Epson.	3
Impresora	Epson	2

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

La adquisición de las computadoras e impresora serán de mucha utilidad para el área administrativa y operativa, estos equipos presentan características especiales que nos ayudarán en el manejo administrativo.

EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Televisor	(LG)	1
Equipo de Sonido	(LG)	1

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

El equipo de oficina permitirá tener una comunicación especial para las ventas y otras actividades.

MUEBLES DE OFICINA

CONCEPTO	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Escritorios	Para Oficinas Administrativas	3
Archivador	Para Oficinas Administrativas	2
Sillas	Para Oficinas Administrativas	3

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Estos muebles de oficina se utilizarán en cada una de las áreas administrativas con la finalidad de acoplar los equipos de computación y dar mejor espacio al personal de oficina y clientes.

MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCION	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Mesa principal	Madera	1
Estanterías	Madera	3
Mesa Auxiliar	Madera	2

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

MAQUINARIAS Y EQUIPOS

Las maquinarías requeridas para el proceso de clasificación y pre embarque son:

EQUIPOS	
Cuarto frio	9000
Zunchadora	440
Cortadora de Patas	260
Arboles	280
Grapadora	90

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

VEHÍCULOS

Para el transporte de las rosas se requiere una camioneta para transporte y compras internas, cuyo valor en el mercado está en 18.000 dólares

3.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL

3.3.1 Nombre de la Empresa

El nombre que hemos elegido para la empresa es **PASSIONE FLEURS, S.A** estará representada por un directorio y cada socio tendrá acciones en la medida de sus aportes, el nombre se basa en los cinco puntos fundamentales como:

1. **Brevedad**: Utilizar nombres cortos. Cuanto más breve es el nombre, más fácilmente será recordado. Ejemplo: Sony, Esso.
2. **Eufonía:** Es la capacidad de fuerza e impacto en un nombre. Utilizar la mayor energía sonora en el menor espacio de tiempo de pronunciación. Ejemplo: Ford, Nestlé, Peugeot. Nike, Boing.
3. **Pronunciabilidad:** Buscar un nombre breve y simple en su forma, que sea incluso, agradable de pronunciar (si su marca lo amerita, compatibilidad de pronunciación en diferentes idiomas) Ejemplo: Kodak, Nestea.
4. **Recordación:** El nombre de una marca o producto no debe de cambiar según los modismos del lugar donde se expone. Es buena opción anclar el nombre a una imagen gráfica que la representa para facilitar su facultad de ser recordada. Ejemplo: Pelikan, Angel.
5. **Sugestión:** A diferencia de los cuatro puntos anteriores, la sugestión no se basa en aspectos cuantificables en el nombre de la marca o producto, sino en el aspecto psicológico del mismo, en las emociones que causan al receptor al ser reconocidas. Ejemplo: JUMEX (Jugos hechos en México) Cervecería Cuauhtémoc (Cervecería tan mexicana como su propia historia) Chocolate Abuelita (Chocolate con sabor al que hacía la abuela)

3.3.2 Slogan

Se entiende como la frase identificativa en un contexto comercial o político y como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para resumirlo y representarlo en un dicho. También es el complemento de un producto, persona, institución, entre otras para formar confianza; nuestro slogan

basados en nuestra actividad y lo que significa el nombre es **"EL AMOR EXPRESADO EN UNA ROSA"**

3.3.3 Logotipo



3.3.4 Accionistas

Al ser la empresa, una Sociedad Anónima, la ley establece mínimo 3 accionistas, por lo que a continuación se menciona a los socios y cuál es su aporte de capital

APORTE DE LOS ACCIONISTAS

No	NOMBRE DEL SOCIO	C.I	APORTE DE CAPITAL
1	María Victoria Fernández	1712958030	12.154,40
2	Olga Elizabeth Tarapues	1003310909	10.000,00
3	Patricio Raúl Tarapues	0401311238	10.000,00
	TOTAL		**32.154,40**

3.3.5 Giro

Compra de rosas a los productores minoritarios de la parroquia de Tabacundo del cantón Pedro Moncayo, para proceso y comercialización a los diferentes destinos.

MISIÓN

Somos una empresa líder, que contribuimos al desarrollo sostenible, sustentable y responsable de los productores minoritarios de la parroquia de Tabacundo apoyando sus necesidades de comercialización, de los trabajadores y de los socios.

VISIÓN

Ser la empresa líder en la parroquia de Tabacundo, enfocando su esfuerzo hacia el cliente, anticipando sus necesidades, desarrollando su personal y otorgando rentabilidad a sus accionistas.

3.3.6 Requisitos para la Constitución de la Empresa

Al constituir una Sociedad Anónima los requisitos para su constitución son:

- Contar con mínimo tres socios que sean mayores de edad y capaces de contraer obligaciones
- Establecer 3 reuniones y en ellas conocer y aprobar el Estatuto de Constitución de la Compañía
- Nombrar un Presidente y Secretario que será a su vez el Gerente de la Compañía
- Contratar un Abogado para que sea el responsable de elevar a escritura pública el estatuto y presentar en la Notaría
- Abrir una Cuenta de Integración en un banco de localidad con el 50 % del capital a iniciar o que consta en la Escritura de Constitución y como se pagará el otro 50%.
- Presentar en 3 ejemplares la Escritura de Constitución en la Intendencia de Compañías en la ciudad de Ambato o Guayaquil por parte del Abogado
- En el caso de no existir ningún impedimento y sea aprobado, publicar un extracto de aprobación de la Compañía en un periódico local
- Llevar la publicación y marginar en la Notaría

- Ir al Registro Mercantil para registrar la Compañía y los Nombramiento del Gerente y Presidente
- Nombrar al Contador que será el encargado de llevar la Contabilidad, el Ruc en el SRI y en el Seguro Social
- Los aportes se contabilizarán y se emitirán acciones, de acuerdo al cuadro adjunto, debiendo señalar el valor de cada una de ellas, por ejemplo si serán de 1, 5, 10 o más dólares las Acciones

3.3.7 Requisitos Legales

Los requisitos legales para el funcionamiento de la empresa son los siguientes:

Registro Único de Contribuyentes- RUC (Anexo)

El RUC, es el punto de partida para el proceso de administración tributaria y constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, quienes tienen obligaciones iníciales con el Servicio de Rentas Internas.

El RUC, es el documento que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal, por lo que los contribuyentes deben inscribirse en el SRI dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.

Requisitos:

- Formulario suscrito por el representante legal.
- Copia de la escritura de la Constitución legal de la empresa.
- Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Original y copia de la planilla de servicio básico agua luz o teléfono.
- En caso de extranjeros, copia y original del pasaporte.

3.3.8 Aspectos Tributarios

Obligaciones con el Servicio de Rentas Internas (SRI):

El SRI, es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

El pago del impuesto a la Renta se lo realiza anualmente y tiene vigencia desde el 1° de enero al 31 diciembre, los pasos a seguir son los siguientes:
Las obligaciones tributarias varían según el tipo de contribuyente y de acuerdo a las características de su actividad económica.

Las obligaciones con el SRI son las siguientes:

Presentar declaración del IVA como agente de retención si es que la actividad lo amerita, ésta declaración se presentará mensualmente de las operaciones grabadas por dicho impuesto, la base imponible es el 12%.
Declaración del Impuesto a la Renta Sociedades.
Declaración del Impuesto a la Renta Empleados.
Realizar retenciones en la fuente por concepto de impuesto a la renta y presentar las correspondientes declaraciones y pago retenido.
Patente Municipal

Requisitos:

- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Formulario de declaración del impuesto de patentes (Se compra en la tesorería a la que corresponda el establecimiento).
- Formulario para categorización

- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Clave catastral.

3.3.9 Permiso de Funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos

Se realizó la investigación sobre los requisitos que se necesita para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos, a continuación se describe los requisitos:

Requisitos:

- Original y copia de la cedula de identidad y papeleta de votación
- Copia del RUC.
- Formulario de declaración del Impuesto de patentes (Este formulario se lo compra en la tesorería del CB).
- Informe favorable de inspección.
- Copia de la Patente Municipal.

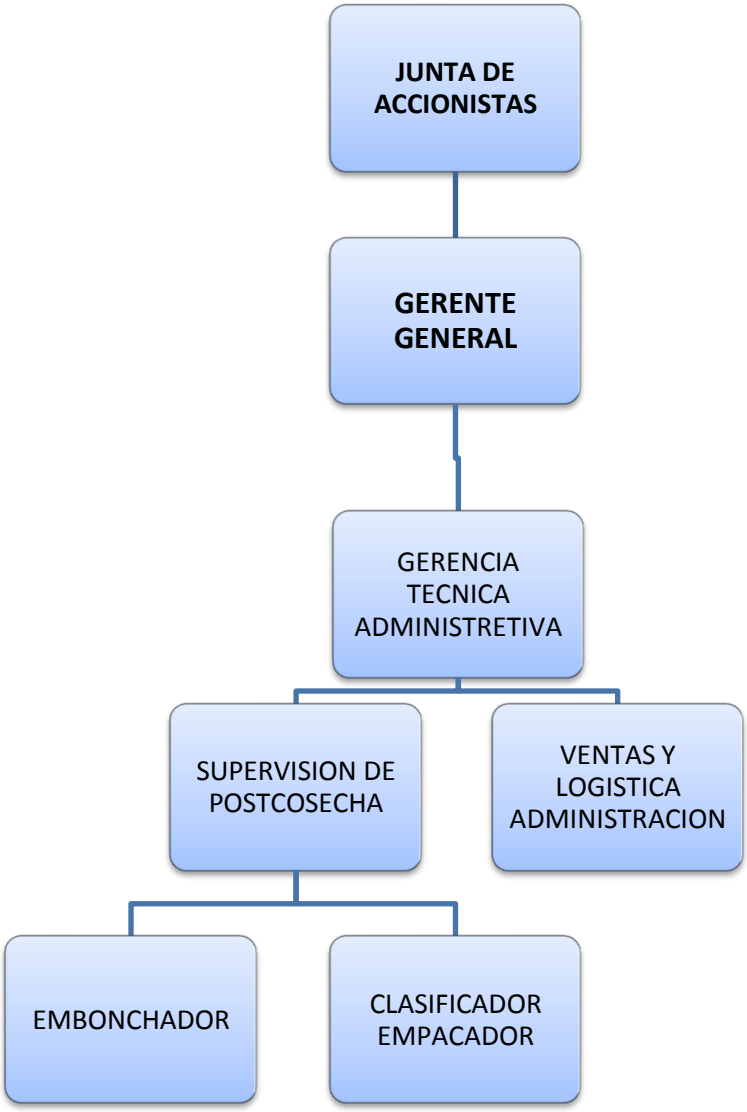
3.3.10 Cuadro directivo



3.3.11 Orgánico Estructural

La organización de la empresa será de tipo vertical en que se encuentran los 4 niveles jerárquicos de la empresa y son:

1. Nivel Directivo
2. Nivel Ejecutivo
3. Nivel Auxiliar
4. Nivel Operativo



3.3.12 Orgánico Funcional

NIVEL DIRECTIVO

Legislará sobre las políticas que deberán seguir en la Empresa, sus funciones serán:

- ✓ Normar los procedimientos,
- ✓ Redactar los reglamentos internos,
- ✓ El Nivel Directivo lo conforma la:
- ✓ Junta General de Accionistas
- ✓ Presidente

Junta General de Accionistas

Está integrada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano máximo de gobierno y dirección de la Compañía, ordinariamente se reunirá mensualmente, previa convocatoria del señor Presidente o por iniciativa de los accionistas

Desempeñará las siguientes acciones:

- Reunirse mensualmente para el control de las tareas y tomar decisiones en beneficio de la empresa
- Solventar las decisiones a través de un financiamiento adecuado a las necesidades de la empresa, en consenso con el Gerente General.
- En último término; motivar, mantener o liquidar al personal junto con el Gerente, según reglamento interno en concordancia con el código de trabajo.
- Aprobar el informe consensuado de la actividad general de empresa presentado por el Gerente General.
- Decidir en último término, la ampliación o cesión de la actividad económica de la empresa.

NIVEL EJECUTIVO

El Gerente será el representante legal, sus funciones administrativas serán: planificar, organizar y dirigir planes y programas; trasmitir a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

GERENTE.- Cumplirá con las siguientes actividades:

- Planificar y organizar las actividades concernientes al desarrollo empresarial (proyectos, planificación estratégica y otros).
- Delegar funciones acorde a las necesidades y urgencias de la planta.
- Aprobar en consenso con la Junta General de Accionistas las contrataciones del personal, así como, la motivación, preservación y liquidación según reglamento interno en concordancia con el código de trabajo.
- Otorgar autorización a comunicaciones, permisos, presupuestos, informe, pagos y adquisiciones dentro del accionar de la empresa.
- Controlar y evaluar, de manera adecuada, las acciones ejecutadas por el personal.
- Mantener reuniones mensuales con la Junta General de Accionistas en pro de rendir cuentas de las labores realizadas justificándose mediante la presentación de un informe consensuado de labores.
- Aprobar el presupuesto general de la empresa
- Otras que resulten, en consenso, de la Junta General de Accionistas.

NIVEL OPERATIVO

Son los responsables directos de ejecutar las actividades básicas de la empresa, es decir cumplirán las órdenes emanadas por los órganos directivo y administrativo.

Gerencia Técnica

- Planificación de actividades diarias.
- Organización y control del proceso de post cosecha y empaque.
- Realización de requerimientos mensuales de materiales, hidratantes y coadyuvantes así como de personal necesario de acuerdo al proceso productivo y previo la autorización de gerencia.
- Revisión diaria de estado de calidad de flor entregada por proveedores para su respectiva corrección a tiempo.
- Facilitar los medios necesarios a inspector de agro calidad en sus visitas semanales para el control de plagas cuarentenarias.
- Aseguramiento de la entrega diaria de embarque a tiempo.

Supervisor de Post cosecha

- Recepción de flor de proveedores
- Revisión de puntos de corte, tamaños de botón y densidad de follaje
- Revisión de proceso de hidratación, clasificación y embonche
- Realización de pruebas de vuelo
- Revisión diaria y aleatoria de calidad de ramos listos
- Información oportuna de flor faltante o sobrante para que el departamento pertinente tome acciones correspondientes.

Clasificador

- Clasificar la flor de acuerdo a variedad, tamaño de botón, tamaño y grosor de tallo, punto de corte y densidad de follaje para asignarlo a la medida adecuada de acuerdo a parámetros de calidad exigidos por los clientes.
- Procesar como mínimo 575 tallos por hora.
- Cuidar la hidratación adecuada de la flor.
- Información oportuna de plagas encontradas en la flor de cada proveedor.
- De haber descarte de flor, especificar el motivo por proveedor.

Embonchador

- Embonchar la flor clasificada según las especificaciones de material adecuado y tipo de embonche para los diferentes destinos.
- Procesar como mínimo 575 tallos por hora.
- Reporte continúo de número de tallos procesados por proveedor.

Empacador

- Mantenimiento de el área de empaque en hidratación y limpieza adecuados
- Manejo de inventario en cuarto frio por variedades y medidas
- Entrega de inventario diario al área de ventas
- Revisión diaria de standing orders.
- Recepción de packinglist entregados por el área de ventas
- Empaque de acuerdo a especificaciones de packinglist.
- Entregar cajas correctamente selladas y etiquetadas al furgón correspondiente.

Gerencia Administrativa y de Ventas

- Planificación de actividades diarias.
- Organización y control del proceso de contabilidad, adquisiciones, ventas y recuperación de cartera.
- Aseguramiento del cumplimiento de las políticas y normas de la empresa.
- Facilitar los medios para asegurar el perfecto funcionamiento de sus áreas.
- Retroalimentación continua para el mejoramiento continuo del proceso productivo
- Aprobar o negar cotizaciones para compra de materiales e insumos para la empresa.
- Analizar opciones de compra y convenios con proveedores.
- Revisión continúa de inventarios tanto de bodega como de cuartos fríos.
- Mantener reuniones permanentes con su equipo de trabajo para revisar posibles inconvenientes suscitados en el transcurso de las labores diarias.

Contabilidad, Recursos Humanos y Adquisiciones

- Selección, contratación e inducción de nuevos colaboradores para la empresa.
- Realización de contratos de trabajo, notificación al ministerio de relaciones laborales
- Realización del respectivo aviso de entrada de un nuevo colaborador al IESS
- Ingreso a nomina.
- Realización de roles de pago y manejo de personal.
- Llevar la contabilidad al día.
- Realización de conciliaciones bancarias.
- Revisión de la recuperación de cartera y proyecciones de ingresos.
- Realización de cotizaciones mensuales de requerimientos aprobados por gerencia
- Compra de productos cotizados y aprobados
- Presentación trimestral de estados financieros y económicos a gerencia.

Ventas y Logística

- Venta de rosas de acuerdo a inventario.
- Realización de preventas en Standing Orders
- Manejo de cartera de clientes
- Retroalimentar continuamente las necesidades de los clientes
- Generar packinglist diarios antes de las 13:00
- Realización de estados de cuenta actualizados diariamente.
- Gestión de cobranzas y revisión de ingresos en cuentas en conjunto con el área de contabilidad.
- Coordinación de embarques con las distintas cargueras y camiones
- Entrega de guías y etiquetas al área de empaque
- Realización y envío de facturas a cliente y packinglist a cargueras.
- Impresión diaria de reportes de ventas y cobranzas.
- Apertura de DAE mensualmente de acuerdo a los países a los que se envía constantemente la flor.

3.4 ESTUDIO FINANCIERO

3.4.1 Costos

Los costos que se va a necesitar después del trabajo de campo realizado, se establecen luego de los cálculos realizados para determinar la cantidad que se necesita para dicha actividad y poner en funcionamiento la empresa. En el Estudio Financiero se determina los costos, inversión, financiamiento, ingresos y flujo de fondos, así:

COSTO TOTAL ANUAL

COSTO TOTAL					
	CONCEPTO	**PARCIA**		**REFEREN**	**TOTAL**
1	**COSTO PRODUCCIÓN**				**150892,84**
	Costos Directos		**128660,5**		
	Materia Prima directa	114360,0		Anexo No	1
	Mano de Obra Directa	14300,50		Anexo No	2
	Costos Indirectos		**22002,30**		
	Materia Prima Indirecta	1956,00		Anexo No	3
	Depreciación	9006,30		Anexo No	4
	Movilización y Transporte	9000,00		Anexo No	5
	Mantenimiento	2040,00		Anexo No	6
	Amortización	230,00	**230,00**	Anexo No	7
2	**GASTOS**		**15966,84**		**15966,84**
	Sueldos	10622,94		Anexo No	8
	Útiles de Aseo	189,12		Anexo No	9
	Suministros de oficina	101,28		Anexo No	10
	Servicios Básicos	3840,00		Anexo No	11
	Depreciaciones Equ. Of.	1213,50		Anexo No	12
3	**COSTOS DE VENTA**		**6742,16**		**6742,16**
	Promoción y Publicidad	6742,16		Anexo No	13
4	**COSTO FINANCIERO**		**6710,92**		**6710,92**
	Intereses	6710,92		Anexo No	14
	COSTO TOTAL				**180312,76**

Elaborado por: Las autoras

Los costos son montos dinerarios recuperables con la actividad económica de la empresa, la cual se divide en:

- ✓ Costos de producción.
- ✓ Costos de Administración.
- ✓ Costos de Venta
- ✓ Costos Financieros

3.4.2 Inversión Total

INVERSIÓN TOTAL				
	RUBROS	**PARCIAL**	**REFERENC**	**TOTAL**
1	**INVERSIÓN FIJA**			**34.580,00**
	Vehículos	18000,00	Anexo No 15	
	Maquinaria	10070,00	Anexo No 16	
	Herramientas	1240,00	Anexo No 17	
	Muebles y Enseres	1390,00	Anexo No 18	
	Equipo de Oficina	360,00	Anexo No 19	
	Equipo de Computo	3520,00	Anexo No 20	
2	**INVERSIÓN INTANGIBLES**			**2300,00**
	Elaboración Proyecto Factibilidad	1200,00	Anexo No 21	
	Gastos de Organización	500,00	Anexo No 22	
	Capacitación del Personal	600,00	Anexo No 23	
3	**CAPITAL DE TRABAJO**			**15012,40**
	Materia Prima	9530,00	Anexo No 24	
	Mano de Obra	1191,71	Anexo No 25	
	Gastos de Fabricación	1833,53	Anexo No 26	
	Gastos Administrativos y Generales	1330,57	Anexo No 27	
	Gastos de Venta	548,18	Anexo No 28	
	Gastos Financieros	559,24	Anexo No 29	
	Amortización	19,17	Anexo No 30	
	INVERSIÓN TOTAL			**51.892,4**

Elaborado por: Las autoras

3.4.3 Financiamiento

FUENTES DE	INVERSION FIJA E		CAPITAL DE		TOTAL
	INTANGIBLE	**%**	**TRABAJO**	**%**	
Aporte Propio	17142,00	33,03	15012,40	28,93	32154,40
Préstamo	10738,00	20,69	0,00	0,00	19738,00
TOTAL	**27880,00**	**53,73**	**15012,40**	**28,93**	**51892,40**

Elaborado por: Las autoras

FINANCIAMIENTO POR PARTIDAS

CONCEPTO	TOTAL	APORTE	CRÉDITO
INVERSIONES FIJAS	**INVERSIÓN**	**PROPIETARIO**	**BANCARIO**
Vehículos	18000,00	9000,00	9000,00
Maquinaria	10070,00	3021,00	7049,00
Herramientas	1240,00	1240,00	
Muebles y Enseres	1390,00	417,00	973,00
Equipo de Oficina	360,00	108,00	252,00
Equipo de Computo	3520,00	1056,00	2464,00
Inversiones Fijas Intangibles	2300,00	2300,00	
CAPITAL DE TRABAJO			
Materia Prima	9530,00	9530,00	0,00
Mano de Obra	1191,71	1191,71	0,00
Gastos de Fabricación	1833,53	1833,53	0,00
Gastos Administrativos	1330,57	1330,57	0,00
Gastos de Venta	548,18	548,18	0,00
Gastos Financieros	559,24	559,24	0,00
Amortización	19,17	19,17	
TOTAL	**51892,40**	**32154,40**	**19738,00**
PARTICIPACIÓN		**61,96**	**38,04**

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo al Cuadro de Financiamiento, del Total de la Inversión que contiene la Inversión en Activos Fijos y Capital de Trabajo totalizan US$ 51.892,40 dólares, de los cuales los socios aportarán con recursos propios 32.154,40 dólares que corresponden al 61,96 % del total y la diferencia US$ 19.738 dólares

corresponden al 38,04 % del total serán obtenidos a través de un crédito en una de las instituciones financieras de la localidad

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

CALCULO PRÉSTAMO		
Fecha de Contratación		
Monto	**19.738,00**	
Tasa de Interés	14	%
Plazo	5	Años
Cuotas Variables		
Cuota de Capital	3947,6	

No	CAPITAL	INTERÉS	PAGO ANUAL	SALDO
1	3947,60	2763,32	6710,92	19738,00
2	3947,60	2210,66	6158,26	15790,40
3	3947,60	1657,99	5605,59	11842,80
4	3947,60	1105,33	5052,93	7895,20
5	3947,60	552,66	4500,26	3947,60
	19738,00	**8289,96**	**28027,96**	

Elaborado por: Las autoras

Empleando la fórmula para el cálculo de interés por cuotas variables y de acuerdo a la tasa de interés del banco de fomento, el financiamiento está calculado a 5 años, con lo que las cuotas anuales variables corresponden al Pago Total que resulta de la suma del Capital más el Interés.

Las cuotas anuales van de los 6710,92 a 4.500,26 dólares al quinto año; la cuota para el capital de trabajo mensualmente en el primer año es de 559,24 dólares; en los que se incluye el interés de la deuda que se contrata en el Banco.

3.4.4 Estructura de Costos

	DESCRIPCIÓN	FIJO	VARIABLE	TOTAL
1	**COSTO DE PRODUCCIÓN**			
	Costos Directos			
	Materia Prima		**114360,00**	
	Mano de Obra Directa	14300,54		
	Costos Indirectos			
	Materia Prima Indirecta		1956,00	
	Depreciación	9006,30		
	Movilización y Transporte		9000,00	
	Mantenimiento	2040,00		
	Amortización	230,00		
	TOTAL	**25576,84**	**125316,00**	
	TOTAL COSTO DE PRODUCCION			**150892,84**
2	COSTOS DE ADMINISTRACIÓN			
	Sueldos	10622,94		
	Útiles de Aseo	189,12		
	Papelería	101,28		
	Servicios Básicos	3840,00		
	Depreciaciones Equ. Of.	1213,50		
	TOTAL COSTOS DE ADMINISTRACION			**15966,84**
3	COSTOS DE VENTA			
	Promoción y Publicidad	6742,16		
	TOTAL COSTOS DE VENTA	**6742,16**		**6742,16**
4	COSTO FINANCIERO			
	Intereses	6710,92		
	TOTAL COSTO FINANCIERO	**6710,92**		**6710,92**
	TOTAL	**54996,76**	**125316,00**	
	COSTO TOTAL			**180312,76**

Elaborado por: Las autoras

Los Costos Fijos totalizan 54.996,76 dólares y que permanecen constantes a cualquier volumen de exportación ¸ integrando la mano de obra directa, la depreciación de activos fijos de la empresa, sueldos, gastos de venta.

Los Costos Variables, suman 125.316,0 dólares en que se incurren durante el proceso de comercialización y varían de acuerdo al volumen de compra venta de las flores.

3.4.5 Determinación de los Ingresos

Para obtener los ingresos debemos considerar el tiempo que utilizará la empresa con sus Departamentos, personal y la capacidad instalada, laborando los 7 días a la semana, mes y en los dos meses en que se comercializará las flores a un precio de venta unitario de las rosas de tallo estándar de 0,50 dólares las rosas y de tallo premiun de 0,65 dólares, así:

	PRECIO		CANTIDAD		=	=
RUBROS	**VENTA**	**DÍA**	**SEMANA**	**MES**	**TOTAL**	**TOTAL**
Rosas Tallo Standard	0,5	543	3.801	15.204	182.448	91.224
Rosas Tallo Premiun	0,65	530	3.710	14.840	178.080	115.752
TOTAL		**1073**	**7511**	**30044**	**360528**	**206976**

Elaborado por: Las autoras

3.4.6 Punto de Equilibrio

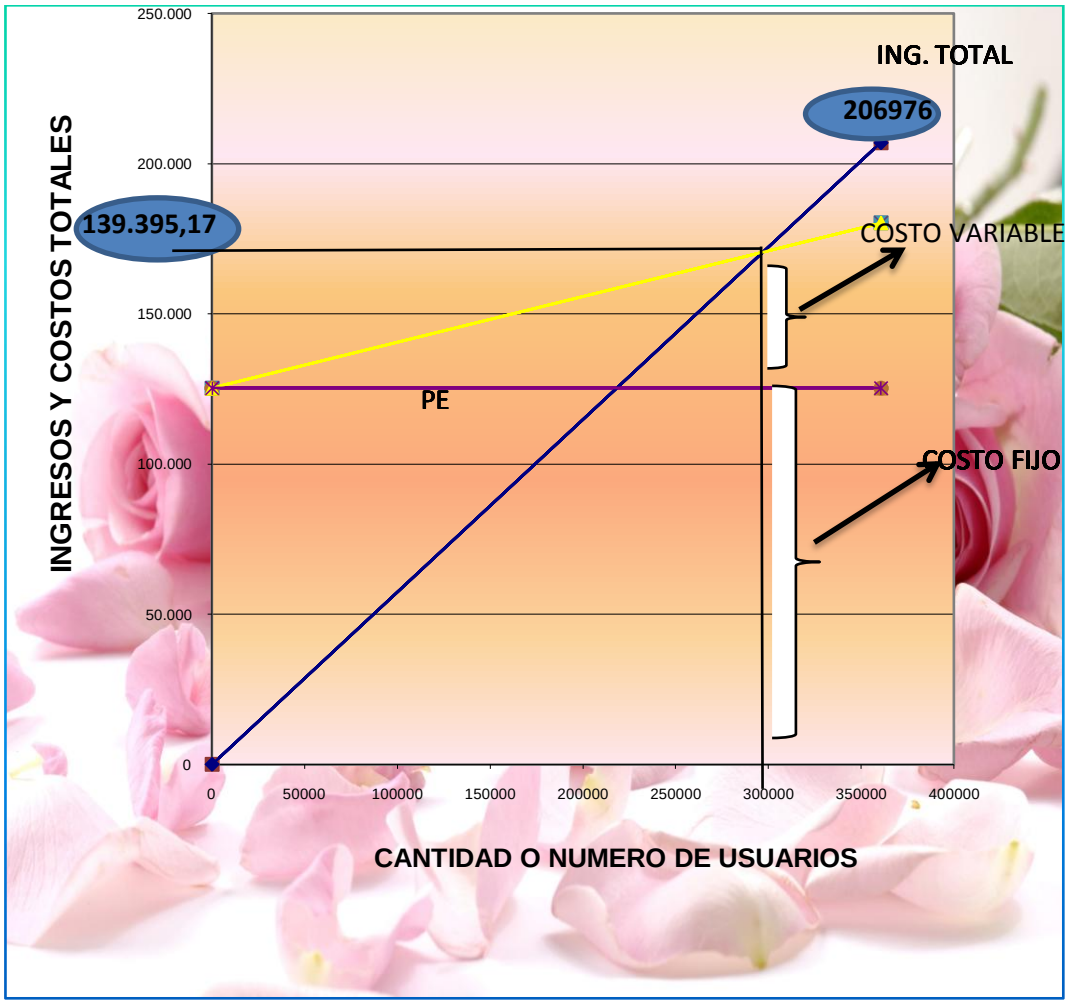
PE =	**C F**
1 -	C V
	Y

PE	**=**	**COSTOS FIJOS**	**=**	**54996,76**
	1	COSTOS	1 -	125316,00
-		VARIABLES		
		INGRESOS TOTALES		206976,00
			=	54996,76
			1 -	0,605461503
				54996,76
			=	0,394538497
			=	139395,17

Elaborado por: Las autoras

Para determinar el punto de equilibrio se utiliza la fórmula que consta en el cuadro anterior y que analiza las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los ingresos.

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: Las autoras

Como se puede apreciar, existe una concordancia entre el cálculo numérico del Punto de Equilibrio, con los resultados del gráfico, lo que demuestra, que el Ingreso Total es de 206.976 dólares, el Costo Fijo es de 54.996,76 dólares, el Costo Variable es de 125.316 dólares, totalizando el Costo en 180.312,76 dólares y el Punto de Equilibrio coincide en 139.395,17 dólares.

De acuerdo al cálculo del Punto de Equilibrio, para superar todos los gastos no se puede vender menos de 139.395,17 dólares lo que quiere decir con este rubro no ganamos ni perdemos.

3.4.7 Estado de Resultados

El Estado de Resultados, se estructura en base de los Ingresos por la comercialización de las flores, sea standard o premiun, a los cuales se le resta los costos de producción donde se incluye la materia prima, mano de obra y gastos de fabricación, para seguidamente incluir los gastos administrativos, de venta, financieros y los impuestos que por Ley se deben cancelar, así:

ESTADO DE RESULTADOS

PRIMER AÑO

			Año 1	%
	CONCEPTO /AÑOS			
	INGRESOS		206976,00	100,00
-	COSTOS		180312,76	87,12
-	Costo de Producción	150892,84		72,90
-	Costos Administrativos	15966,84		7,71
-	Costos de Ventas	6742,16		3,26
-	Costos Financieros	6710,92		3,24
=	**UTILIDAD EN OPERACIÓN**		26663,24	12,88
-	Participación (15%) Trabajadores		3999,49	1,93
=	Utilidad antes de Impuestos		22663,75	10,95
-	Impuesto a la Renta (23 %)		5212,66	2,52
=	**UTILIDAD NETA**		**17451,09**	8,43

Elaborado por: Las autoras

Cancelando todos los gastos e impuestos se obtendrá una utilidad de US$ 17.451,09 dólares que corresponden al 8,437 % en relación a los Ingresos Totales, utilidad que pasará a ser patrimonio de la empresa.

De acuerdo al análisis porcentual realizado al Estado de Resultados, los costos de mayor incidencia son los de Producción con el 72,90 %, el Administrativo y Generales el 7,71 % el de Ventas con el 3,26% y el Financiero con el 3,24 %.

3.4.8 Estado de Situación Financiera

ACTIVOS			PASIVOS	
Activos Corriente		40375,54	Pasivo Corriente	
Caja	4500,00		Ctas x Pagar	6158,26
Bancos	35529,04			
Mercadería	346,50		Pasivo Largo Plazo	
			Dtos x Pagar	15790,40
Activos Fijos				
Vehículo	18000,00		**PATRIMONIO**	
Maquinaria	10070,00	29108,60	Capital	32154,40
Herramientas	1240,00		Utilidad Ejercicio	17451,09
Muebles y Enseres	1390,00			
Equipo de Oficina	360,00			
Equipo de Computo	3520,00			
Depreciación	-5471,40			
Amortizaciones	2070,00	2070,00		
TOTAL	**71554,14**		**TOTAL**	**71554,14**

Elaborado por: Las autoras

El Estado de Situación Financiera al Primer Año, nos demuestra la situación económica financiera en que se encontrará la Empresa al 31 de diciembre del primer año, luego de un año de funcionamiento, así el Activo Corriente es de 40.375,54 dólares en el que se incluye Caja, Bancos y la cuenta de Mercadería; el Activo Fijo es de 29.108,60 dólares y los Activos Diferidos de 2070 dólares; lo que da un Activo Total de 71.554,14 dólares.

En tanto que el Pasivo de Corto Plazo es de 6.158,26 dólares, el Pasivo de Largo Plazo es de 15.790,40 dólares; dentro de Patrimonio se encuentra el Capital Propio que es de 32.154 dólares y la Utilidad del Ejercicio es de 17.451,09 dólares, sumados entre el Pasivo y el Patrimonio se igualan al Activo Total.

3.4.9 Flujo de Fondos de Efectivo

El flujo de fondos es muy importante para la evaluación del proyecto considerando que es para cinco años, en él se detalla la Inversión Inicial distribuida en Activos Fijos Tangibles, Intangibles y Capital de Trabajo, la proyección se la ha realizado de acuerdo al incremento en la producción, venta del producto para cada año y se detalla a continuación.

El flujo de fondos es importante para la evaluación de proyectos, estimándose para 5 años la vida útil del proyecto; de allí que con una inversión al año cero (0) de US$ 51.892,40 dólares, distribuido en Inversiones Fijas Tangibles, Intangibles, Capital de Trabajo e Imprevistos; el Flujo Neto de Caja al Año 1 es de US$. 23.152,49 dólares.

FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO

AÑO 2013- 2017

	RUBROS /AÑOS		2013	2014	2015	2016	**2017**
	Ingresos	**0,00**	206976,00	215255,04	223865,24	232819,85	242132,65
+	Fondo de Salvamento						5877,00
							248009,65
			180312,76	**190041,36**	**200311,33**	**211224,34**	**222818,80**
-	Costos de Producción		150892,84	159946,41	169543,20	179715,79	190498,73
-	Costos Administrativos		15966,84	16924,85	17940,34	19016,76	20157,77
-	Costos de Ventas		6742,16	7011,85	7222,20	7438,87	7662,03
-	Costos Financieros		6710,92	6158,26	5605,59	5052,93	4500,26
=	Utilidad Operacional		26663,24	25213,68	23553,91	21595,51	25190,85
-	Participación (15%) Trabajadores		3999,49	3782,05	3533,09	3239,33	6297,71
=	Utilidad antes de Participación		22663,75	21431,63	20020,82	18356,18	18893,13
-	Impuesto a la Renta		5212,66	4714,96	4404,58	4038,36	4156,49
=	**Utilidad Neta Ejercicio**		17451,09	16716,67	15616,24	14317,82	14736,64
+	Depreciaciones		5471,40	5471,40	5471,40	5471,40	5471,40
+	Amortizaciones		230,00	230,00	230,00	230,00	230,00

	INVERSIONES						
	Fija	34580,00					
+	Intangible	2300,00					
+	Capital de Trabajo	15012,40					
	Recuperación capital de Trabajo						15012,40
	Flujo Neto de Efectivo	**51892,40**	**23152,49**	**22418,07**	**21317,64**	**20019,22**	**35450,44**

Elaborado por: Las autoras

CAPITULO IV

4.1 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera se realizó por medio de las razones financieras, es decir una relación entre dos cantidades numéricas de los Estados Financieros, las que se obtienen dividiendo una cantidad entre otra.

Además se analiza la información contable en base de técnicas como el VAN y TIR, así:

4.1.1 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable

TRMA = Tasa de Inflación + Tasa de Interés + Premio

= 4,5 +7 +4

= 15,50 %

VA	**INVERSI**	**F1 +**	**F2 +**	**F3 +**	**F4 +**	**F5**
		(1+i)1	**(1+i)2**	**(1+i)3**	**(1+i)4**	**(1+i)5**
VA	-51892,4	23152,5	22418,1	21317,6	20019,2	35450,4
		(1+0,1450	(1+0,1450	(1+0,145	(1+0,1450	(1+0,1450
VA	-51892,4	23152,5	22418,1	21317,6	20019,2	35450,4
		1,145	1,311025	1,501123	1,7187866	1,9680106
VA	-51892,4	20220,5	17099,6	14201,1	11647,3	18013,3
VA	**29289,53**					

Tasa de Interés: 38 %

Elaborado por: Las autoras

VALOR ACTUAL NETO NEGATIVO

VAN	INVERSIÓN	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
VAN	-51892,4	23152,5	22418,1	21317,6	20019,2	35450,4
		(1+0,38)1	(1+0,38)2	(1+0,38)3	(1+0,38)4	(1+0,38)5
VAN	-51892,4	23152,5	22418,1	21317,6	20019,2	35450,4
		1,38	1,9044	2,628072	3,62673936	5,004900317
VAN	-51892,4	16777,2	11771,7	8111,5	5519,9	7083,1
VAN	**-2628,95**					

Tasa de Interés: 30 %

Elaborado por: Las autoras

VALOR ACTUAL NETO POSITIVO

VAN	INVERSIÓ	F1	F2	F3	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
VAN	-51892,4	23152,5	22418,1	21317,6	20019,2	35450,4
		(1+0,30)1	(1+0,30)	(1+0,30)	(1+0,30)	(1+0,30)
VAN	-51892,4	23152,5	22418,1	21317,6	20019,2	35450,4
		1,3	1,69	2,197	2,8561	3,71293
VAN	-51892,4	17809,6	13265,1	9703,1	7009,3	9547,8
VAN	**5442,53**					

Elaborado por: Las autoras

4.2 TASA INTERNA DE RETORNO

El Valor Actual Neto VAN positivo y negativo se combinan para por medio de la fórmula (TIR) = r1 + (r2-r1) VAN1/VAN1-VAN2; y, cálculos de aproximaciones sucesivas, obtener la Tasa Interna de Retorno TIR, por lo que al ser el rendimiento superior al requerimiento mínimo, es factible ejecutar el proyecto de inversión

El cálculo para determinar lo aseverado, lo podemos apreciar a continuación:

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) = r1 + (r2-r1) VAN1/VAN1-VAN2

RI = **Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN 1**	**=**	**30**
R2= Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN2	=	38
VAN 1 = Valor positivo	=	5442,53
VAN 2= Valor negativo	=	-2628,95

Elaborado por: Las autoras

TIR	**=**		**38**
TIR	=		-8
TIR	=	38	
TIR	=		0,326
TIR	=		-2,6
TIR	=		35,39

Elaborado por: Las autoras

VALOR ACTUAL NETO = 35,39 %

TIR	INVERSIÓN	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
TIR	-51892,4	23152,5	22418,1	21317,6	20019,2	35450,4
		(1+0,3559)1	(1+0,3559)2	(1+0,3559)3	(1+0,3559)4	(1+0,3559)5
TIR	-51892,4	23152,5	22418,1	21317,6	20019,2	35450,4
		1,3539	1,8225	2,460375	3,33	4,5340407
TIR	-51892,4	17100,6	12300,7	8664,4	6009,3	7818,7
TIR	**1,38**					

Elaborado por: Las autoras

Se obtuvo dos VAN, el primero con valor positivo del 30 % y el otro con un valor negativo del 38 % que proyectaron resultados tanto positivo como negativo y se calculó mediante la fórmula la Tasa Interna de Retorno o Recuperación de la Inversión (TIR), la misma que corresponde al 35,59 % con la que se recupera la inversión en menos de 3 años y con esta tasa el resultado del VAN es cercana a CERO, en nuestro caso (1,38).

4.3 ÍNDICES FINANCIEROS

Las razones financiera que con más frecuencia se usan en esta categoría son:

Periodo de Recuperación de la inversión	**Inversión**	**51892,4**	
	Utilidad Promedio	24471,6	2,12

Elaborado por: Las autoras

El Periodo de Recuperación de la Inversión PRI mide en cuanto tiempo se recupera la inversión más el costo de capital involucrado, es decir se recuperará la inversión en 2 años, 1 mes.

Índice de Solvencia	**Activo Corriente**	**40375,5**	
	Pasivo Corriente	6158,3	6,56

Elaborado por: Las autoras

Este indicador muestra que el negocio por cada dólar (1) que adeuda a corto plazo, se dispone de 6 dólares con 56 centavos en los activos corrientes, por lo que se debería destinar al pago de la deuda en forma inmediata.

Prueba del Acido	**Activo Corriente- Inventario**	**40029,0**	
	Pasivo Corriente	6158,3	6,50

Elaborado por: Las autoras

Esta razón nos indica que una vez restados los Inventarios del Activo Corriente, la Empresa dispone por cada dólar de deuda, 6 dólar con 50 centavos, lo que evidentemente demuestra que el dinero en efectivo hay que darlo un uso adecuado, sea cancelando las deudas en forma inmediata.

Relación Activo Total	**Ventas**	**206976**	
	Activo	71554,1	2,89

Elaborado por: Las autoras

Esta razón indica que cada dólar que está invertido en el Activo Total, ha generado 2 dólares con 89 centavos en Ventas.

Endeudamiento	**Deuda Total**	**21948,7**	
	Activo Total	71554,1	0,31

Elaborado por: Las autoras

Se observa que por cada dólar invertido en los activos de la empresa, está financiado con 31 centavos de dólar de Deuda.

Apalancamiento	**Activo Total**	**71554,1**	
	Patrimonio	49605,5	1,44

Elaborado por: Las autoras

Significa que por cada dólar invertido en la cuenta del Patrimonio ha generado 1 dólar con 44 centavos en Activos de la empresa.

Margen Neto en Ventas	**Utilidad Neta**	**17451,1**	
	Ventas	206976	0,08

Elaborado por: Las autoras

Se observa que por cada dólar invertido en Ventas, se obtiene un 8 por ciento de Utilidad.

Rentabilidad de Patrimonio	**Utilidad Neta**	**17451,1**	
	Patrimonio	49605,5	0,35

Elaborado por: Las autoras

Esto significa que por cada dólar invertido en el Patrimonio, se ha generado 35 centavos de dólar de Utilidad.

Rentabilidad del Activo	**Utilidad Neta**	**206976**	
	Activo	71554,1	2,89

Elaborado por: Las autoras

Se demuestra que por cada dólar invertido en los Activos, han generado 2 dólares con 89 centavos de Utilidad.

Relación Beneficio Costo	Ingresos Actualizados
	Costos Actualizados + Inversión

Elaborado por: Las autoras

Define la rentabilidad del proyecto dividiendo los ingresos actualizados para los costos actualizados, obteniendo el costo que representa la Inversión versus los ingresos. La fórmula es:

Ingresos Actualizados

ING	INVERSI	**ING1**	**ING2 +**	**ING3**	**ING4 +**	**ING5**
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
ING	-51892,4	206976,0	215255,0	223865,2	232819,9	248009,6
		(1+0,3559	(1+0,3559	(1+0,3559	(1+0,3559	(1+0,3559
ING	-51892,4	206976,0	215255,0	223865,2	232819,9	248009,6
		1,3539	1,8225	2,460375	3,33	4,5340407
ING	-51892,4	152873,9	118109,8	90988,3	69887,6	54699,5
ING	**434666,60**	Ingresos	Actualizad			

Costos Actualizados

CO	INVERSI	COS 1	COS2	COS3 +	COS 4 +	COS 5
		(1+i)1	**(1+i)2**	**(1+i)3**	**(1+i)4**	**(1+i)5**
CO	-51892,4	180312,8	190041,4	200311,3	211224,3	222818,8
		(1+0,3559	(1+0,3559	(1+0,3559	(1+0,3559	(1+0,3559
CO	-51892,4	180312,8	190041,4	200311,3	211224,3	222818,8
		1,3539	1,8225	2,460375	3,331347	4,5340407
CO	-51892,4	133180,3	104275,1	81415,0	63405,1	49143,5
CO	**379526,53**	Costos	Actualizad			

Relación Beneficio Costo	**Ingresos Actualizados**
	Costos Actualizados + Inversión
RBC =	**434666,60**
	431418,93
RBC=	**1,008**

Elaborado por: Las autoras

Es decir que por cada dólar invertido en los costos, recibimos US$ 1,008 de Ingresos Actualizados.

4.4 EVALUACIÓN SOCIAL

La implementación de la empresa comercializadora de rosas en la parroquia de Tabacundo, generará un impacto económico y social en los pobladores locales ya que los pequeños productores de rosas tendrán un porcentaje de ingresos superiores por sus rosas al colocarlas en esta empresa.

El aspecto social del proyecto se mide por los Sueldos y Remuneraciones que pagará a los 6 empleos directos que generará, estimándose que el primer año cancelará 30.311,64 dólares, que representan el 14,60 % en relación a los Ingresos del primer año.

De la misma manera en lo referente a Impuestos, se pagarán por concepto de Participación Trabajadores e Impuesto a la Renta al Fisco, la cantidad de 5.212,66 que representa en relación a los Ingresos el 2,52 %.

4.5 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Este proyecto no tendrá ningún tipo de afectación al medio ambiente, en vista que se utilizarán los equipos electrónicos que no afectan de ninguna manera, adicionalmente se usara únicamente los hidratantes y coadyuvantes aprobados por el MAGAP.

4.6 CONCLUSIONES

El presente estudio y los resultados consiguientes nos ha permitido llegar a concluir que:

- El proyecto es factible porque es fuente de mejores ingresos para el sector productor y minoritario de rosas en el cantón.
- El mercado de consumo es seguro ya que los niveles de demanda detectados son altos; los clientes que ha sido encuestada manifiestan que estarían

gustosos de trabajar con nuestra empresa ya que de esta manera cubrirían en un porcentaje adicional la demanda insatisfecha actual.

- Los niveles de riesgo se los considera moderados a mínimos en vista que la recuperación del capital será en poco tiempo, la ubicación de las oficinas será estratégica en el centro de la ciudad y garantizará la accesibilidad de los proveedores.

4.7 RECOMENDACIONES

- Este proyecto debe ponerse en marcha ya que contribuirá con el mejoramiento económico de la población de Tabacundo por la generación de trabajo e incremento de ingresos de los pequeños productores.
- Se debe aprovechar la demanda de consumo detectada, ya que es una buena oportunidad para emprender en actividades empresariales y satisfacer necesidades del mercado exterior.
- En la actualidad existen muchas facilidades brindadas por el gobierno para nuevos emprendimientos, por lo tanto es una ventaja contar con las puertas abiertas al momento de realizar trámites en la aduana.
- Es preciso que se tomen todas las medidas necesarias en pro de ofrecer un servicio de calidad, con espacios e instalaciones adecuadas y por su puesto con profesionales preparados.
- El sistema de atención al cliente interno y externo debe estar enfocado siempre al mejoramiento de la calidad.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

ANUAL

ANEXO Nº 1

MATERIA PRIMA DIRECTA

CANTIDAD	CONCEPTO	MEDIDA	VALOR	VALOR TOTAL
15.000	Rosas de Tallo Standard	unitario	0,2	3.000,00
1000	Cartón MICROCORRUGADO	unitario	0,13	130
200	Tapas Cajas HB	unitario	1	200
200	Fondos Cajas HB	unitario	1	200
15.000	Rosas de Tallo Premiun	unitario	0,4	6.000,00
	Total MES			**9.530,00**
	TOTAL ANUAL			**114.360,00**

ANEXO Nº 2

MANO DE OBRA DIRECTA

No	CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL AL IESS (11,15%)	13	14	FONDOS RESERVA	VACACIONES	SUBTOTAL MES	TOTAL ANUAL
1	Supervisor de Postcosecha	350	39,03	29,17	26,67	26,67	13,33	484,86	
1	Embonchador	160	17,84	13,33	26,67	26,67	13,33	257,84	
1	Clasificador Empacador	320	35,68	26,67	26,67	26,67	13,33	449,01	
	SUBTOTAL	**830**	**92,55**	**69,17**	**80,00**	**80,00**	**40,00**	**1.191,71**	
	TOTAL								**14.300,54**

ANEXO Nº 3

MATERIA PRIMA INDIRECTA

CANTIDAD	UNIDAD	PRODUCTO	V. UNI	V/TOTAL
1	Kilo	LIGAS 100-2	4	4
10	Caja de 500	GRAPAS	2,3	23
1	Litros	HIDRATANTE	20	20
1	Litros	DESINFECTANTE	20	20
3	Rollo	ZUNCHO	12	36
4	Caja de 200	GRAPA CAJAS	15	60
SUBTOTAL MES				**163**
TOTAL ANUAL				**1956**

ANEXO Nº 4

DEPRECIACIONES

	VALOR	AÑOS	% DE	VALOR	VALOR A	DEPRECIACIÓ	
BIENES	**LIBROS**	**DEPRECIACIÓN**	**DEPRECIACIÓ**	**RESIDUAL**	**DEPRECIA**	**ANUAL**	**MES**
				10 % VLib			
Maquinaria	10.070,0	10	10	1007	9.063,00	906,30	75,53
Vehículo	45.000,0	5	20	4500	40.500,00	8100,00	675,00
TOTAL	**55.070**			**5.507**	**49563,00**	**9006,30**	**750,53**

D= Valor del Activo – Valor Residual

No. de Años DEPRECIACIÓN MENSUAL = DEPRECIACIÓN ANUAL/ 12

ANEXO Nº 5

MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE

DENOMINACIÓN	DÍAS	PRECIO	VALOR MENSUAL
	PROMEDIO	**POR DÍA**	
Servicio de Transporte de cajas a cargueras	30	25	**750,00**
TOTAL ANUAL			**9.0000,00**

ANEXO 6

MANTENIMIENTO

DENOMINACIÓN	DÍAS PROMEDIO	PRECIO POR DÍA	VALOR MENSUAL
Combustible Vehículo	10	15	150
Reparación Maq. Equip	1	20	20
SUBTOTAL			170,0
TOTAL ANUAL			2040,0

ANEXO Nº 7

AMORTIZACIÓN

	VALOR	AMORTIZACIÓN	
CONCEPTO	**LIBROS**	**ANUAL**	**MES**
Elaboración Proyecto Factibilidad	**1200**	**120**	**10,00**
Gastos de Organización	**500**	**50**	**4,17**
Capacitación del Personal	**600**	**60**	**5,00**
TOTAL	**2300**	**230**	**19,2**

FORMULAS

AMORTIZACIÓN ANUAL	**AMORTIZACIÓN MES**
V/Libros/10 (Años)	Amortización Anual/12 (Mes)

COSTOS DE ADMINISTRACIÓN ANUAL

ANEXO Nº 8

SUELDOS

CARGO	SUELDO BASICO	APORTE IESS	DECIMO **TERCERO**	DECIMO **CUARTO**	FONDOS RESERVA	VACA **CIONES**	TOTAL A PAGAR
Gerente Técnico	450	50,18		26,67		13,33	615,18
Secretaria Contadora	180	20,07		26,67		13,33	
SUBTOTAL	**630,00**	**70,25**		**53,3**		**26,67**	**885,25**
							10622,94

ANEXO Nº 9

ÚTILES DE ASEO

CONCEPTO	NUMERO	V/Unitario	V/Total
Jabón	1	0,7	0,7
Papel Higiénico	2	0,28	0,56
Baldes	1	2,5	2,5
Trapeadores	1	2,5	2,5
Escobas	1	1,5	1,5
Ambientales	1	3,5	3,5
Desinfectantes	1	3	3
Fundas para basura	2	0,75	1,5
TOTAL MES			**15,76**
TOTAL ANUAL			**189,12**

ANEXO Nº 10

SUMINISTROS DE OFICINA

CONCEPTO	NUMERO	V/Unitario	V/Total
Resmas de Papel Bond	1	4,5	4,5
Lápices	2	0,17	0,34
Esferos	2	0,3	0,6
Borradores	1	0,25	0,25
Carpetas	2	0,25	0,5
Cintas	1	1	1
Cuadernos	1	1,25	1,25
TOTAL MES			**8,44**
TOTAL ANUAL			**101,28**

ANEXO Nº 11

SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	VALOR MES	COSTO ANUAL
Teléfono	25	300
Arriendo	250	3000
Agua	10	120
Internet	20	240
Energía Eléctrica	15	180
SUBTOTAL	**320**	
TOTAL ANUAL		**3840**

ANEXO Nº 12

DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVAS

	VALOR	AÑOS	VALOR	VALOR A	DEPRECIACION	
BIENES	**LIBROS**	**DEPRECIAC**	**RESIDUAL**	**DEPRECIAR**	**ANUAL**	**MES**
			10 % VLib			
Muebles y Enseres	1390,00	10	139	1251,00	125,10	10,43
Equipo de Computo	3520,00	3	352	3168,00	1056,00	88,00
Equipo de Oficina	360,00	10	36	324,00	32,40	2,70
TOTAL	**5270,00**		**527**	**4743**	**1213,50**	**101,13**

GASTOS DE VENTA

ANEXO Nº 13

ANUAL SUELDOS

CARGO	SUELDO BASICO UNIFICADO	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS RESERVA	VACACIONES	TOTAL A
Supervisor	**320**	**35,68**		**26,67**			
SUBTOTAL	**320**	**35,68**		**26,7**			**449,01**
SUBTOTAL							**5388,16**

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

DETALLE	Número	DIAS/ No	VALOR	V/ MES	V/ AÑO
Publicidad en Radio	1	60,00	1,50	90,00	1130,00
Hojas Volantes		1,00	5,00	5,00	60,00
Gigantografías		2	82,00	82,00	164,00
SUBTOTAL				**99,17**	**1354,00**

GASTOS FINANCIEROS ANUALES

ANEXO Nº 14

INTERESES

CALCULO PRÉSTAMO		
Fecha de Contratación		
Monto	**19738,0**	
Tasa de Interés	14	%
Plazo	5	Años
Cuotas Variables		
Cuota de Capital	3947,6	

TABLA DE PAGOS

No	CAPITAL	INTERÉS	PAGO ANUAL	SALDO
1	3947,60	2763,32	**6710,92**	19738,00
2	3947,60	2210,66	6158,26	15790,40
3	3947,60	1657,99	5605,59	11842,80
4	3947,60	1105,33	5052,93	7895,20
5	3947,60	552,66	4500,26	3947,60
	19738,00	**8289,96**	**28027,96**	

INVERSIÓN TOTAL

ANEXO Nº 15

VEHÍCULO

CONCEPTO	COSTO UNITARIO		VALOR TOTAL
Camioneta	18000	1	**18000**

ANEXO Nº 16

MAQUINARIA

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL
1	Cuarto frio	Unidades	1	9000	9000
2	Zunchadora	Unidades	1	440	440
3	Cortadora de Patas	Unidades	1	260	260
4	Arboles	Unidades	1	280	280
5	Grapadora	Unidades	1	90	90
	TOTAL				**10.070,00**

ANEXO Nº 17

HERRAMIENTAS

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL
1	TIJERAS	Unidad	6	35	210
2	PELADORAS	Unidad	6	5	30
4	TINAS	Unidad	40	15	600
5	TACHOS	Unidad	20	15	300
	MALLAS	Unidad	100	1	100
	TOTAL				**1.240,00**

ANEXO Nº 18

MUEBLES Y ENSERES

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
1	Mesas	Unidad	4	70	280
2	Mostrador	Unidad	1	120	120
3	Escritorios	Unidad	4	80	320
4	Archivadores	Unidad	4	60	240
5	Sillas Giratorias	Unidad	2	80	160
6	Sillas	Unidad	6	45	270
	TOTAL				**1.390,00**

ANEXO Nº 19

EQUIPO DE OFICINA

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
1	Ventiladores	Unidad	4	35	140
2	Caja Registradora	Unidades	1	150	150
3	Teléfono	Unidades	2	35	70
	TOTAL				**360,00**

ANEXO Nº 20

EQUIPO DE CÓMPUTO

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadoras	Unidad	4	880,00	3520,00
	TOTAL				**3.520,00**

ANEXO Nº 21

ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD

CANTIDAD	ARTÍCULO	VALOR	V/TOTAL
1	Mercado	500	500
2	Técnico	250	250
3	Financiero	200	200
4	Evaluaciones	250	250
TOTAL			**1200**

ANEXO Nº 22

GASTOS DE ORGANIZACIÓN

No.	CONCEPTO	VALOR /UNITARIO.	VALOR /TOTAL
1	Permisos Legales	500	500
	TOTAL		**500**

ANEXO Nº 23

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

No	CONCEPTO	VALOR/UNITARIO.	VALOR /TOTAL
1	Cursos de Organización	600	600
	TOTAL		**600**

CAPITAL DE TRABAJO PARA UN MES

ANEXO Nº 24

MATERIA PRIMA DIRECTA

CANTIDAD	CONCEPTO	MEDIDA	VALOR	VALOR TOTAL
15.000	Rosas de Tallo Standard	Unitario	0,2	3.000,00
1000	Cartón microcorrugado	unitario	0,13	130
200	Tapas Cajas HB	unitario	1	200
200	Fondos Cajas HB	unitario	1	200
15.000	Rosas de Tallo Premiun	Unitario	0,4	6.000,00
	Total MES			**9.530,00**

ANEXO Nº 25

MANO DE OBRA DIRECTA

No	CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL IESS	13	14	FONDOS RESERVA	VACACIONES	SUBTOTAL MES
1	Supervisor de Postcosecha	350	39,03					484,86
1	Embonchador Medio Tiempo	160	17,84					257,84
1	Clasificador Empacador	320	35,68					449,01
	SUBTOTAL	**830**	**92,55**					**1.191,71**

GASTOS DE FABRICACIÓN

ANEXO Nº 26

MATERIA PRIMA INDIRECTA

CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	PRODUCTO	V. UNI	V/TOTAL
1	Kilo	LIGAS 100-2	4	4
10	Caja de 500	GRAPAS	2,3	23
1	Litros	HIDRATANTES	20	20
1	Litros	DESINFECTATES	20	20
3	Rollo	ZUNCHO	12	36
4	Caja de 200	GRAPA CAJAS	15	60
SUBTOTAL MES				**163**

DEPRECIACIONES

	VALOR	AÑOS	% DE	VALOR	VALOR A	DEPRECIACIÓ	
BIENES	**LIBROS**	**DEPRECIACIÓN**	**DEPRECIACIÓ**	**RESIDUAL**	**DEPRECIA**	**ANUAL**	**MES**
				10 % VLib			
Maquinaria	10.070,0	10	10	1007	9.063,00	906,30	75,53
Vehículo	45.000,0	5	20	4500	40.500,00	8100,00	675,00
TOTAL	**55.070**			**5.507**	**49563,00**	**9006,30**	**750,53**

D= Valor del Activo – Valor Residual No. de Años DEPRECIACIÓN MENSUAL = DEPRECIACIÓN ANUAL/ 12

MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE

DENOMINACIÓN	DÍAS PROMEDIO	PRECIO POR DÍA	VALOR MENSUAL
Camión para transporte de cajas a cargueras	30	25	**750,00**

MANTENIMIENTO

DENOMINACIÓN	**DÍAS PROMEDIO**	**PRECIO POR DÍA**	**VALOR MENSUAL**
Combustible Vehículo	10	15	150
Reparación. Maq. Equip	1	20	20
SUBTOTAL			**170,0**
TOTAL			**2363,53**

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES

ANEXO Nº 27

SUELDOS

CARGO	SUELDO BASICO	APORTE IESS	DECIMO **TERCERO**	DECIMO **CUARTO**	FONDOS RESERVA	VACA **CIONES**	TOTAL A PAGAR
Gerente	450	50,18		26,67		13,33	615,18
Secretaria Contadora	180	20,07		26,67		13,33	
SUBTOTAL	**630,00**	**70,25**		**53,3**		**26,67**	**885,25**

ÚTILES DE ASEO

CONCEPTO	NUMERO	V/Unitario	V/Total
Jabón	1	0,7	0,7
Papel Higiénico	2	0,28	0,56
Baldes	1	2,5	2,5
Trapeadores	1	2,5	2,5
Escobas	1	1,5	1,5
Ambientales	1	3,5	3,5
Desinfectantes	1	3	3
Fundas para basura	2	0,75	1,5
SUBTOTAL MES			**15,76**

SUMINISTROS DE OFICINA

CONCEPTO	NUMERO	V/Unitario	V/Total
Resmas de Papel Bond	1	4,5	4,5
Lápices	2	0,17	0,34
Esferos	2	0,3	0,6
Borradores	1	0,25	0,25
Carpetas	2	0,25	0,5
Cintas	1	1	1
Cuadernos	1	1,25	1,25
TOTAL MES			**8,44**

SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	**VALOR MES**
Teléfono	25
Arriendo	250
Agua	10
Internet	20
Energía Eléctrica	15
SUBTOTAL	**320**

DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVAS

	VALOR	AÑOS	VALOR	VALOR A	DEPRECIACIÓN	
BIENES	**LIBROS**	**DEPRECIACIÓN**	**RESIDUAL**	**DEPRECIAR**	**ANUAL**	**MES**
			10 % VLib			
Muebles y Enseres	1390,00	10	139	1251,00	125,10	10,43
Equipo de Computo	3520,00	3	352	3168,00	1056,00	88,00
Equipo de Oficina	360,00	10	36	324,00	32,40	2,70
SUBTOTAL	**5270,00**		**527**	**4743**	**1213,50**	**101,13**
TOTAL						**1330,57**

GASTOS DE VENTA

ANEXO Nº 28

SUELDOS

CARGO	SUELDO BASICO UNIFICADO	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS RESERVA	VACACIONES	TOTAL A
VENDEDOR	320	35,68		26,67			
SUBTOTAL	320	35,68		**26,7**			**449,01**

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

DETALLE	Número	DIAS/ No	VALOR	V/ MES
Publicidad en Radio	1	60,00	1,50	90,00
Hojas Volantes		1,00	5,00	5,00
Fundas	1000		0,050	4,17
Gigantografías		2	82,00	82,00
SUBTOTAL				**99,17**

GASTOS FINANCIEROS

ANEXO Nº 29

CALCULO PRÉSTAMO

Fecha de Contratación		
Monto	**19738,0**	
Tasa de Interés	14	%
Plazo	5	Años
Cuotas Variables		
Cuota de Capital	3947,6	

TABLA DE PAGOS

No	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**PAGO ANUAL**	**SALDO**
1	3947,60	2763,32	**6710,92**	19738,00
2	3947,60	2210,66	6158,26	15790,40
3	3947,60	1657,99	5605,59	11842,80
4	3947,60	1105,33	5052,93	7895,20
5	3947,60	552,66	4500,26	3947,60
	19738,00	**8289,96**	**28027,96**	

PAGO TOTAL / 12= PAGO MENSUAL = 6710,92/12= 559,24

ANEXO Nº 30

AMORTIZACIÓN

	VALOR	AMORTIZACIÓN	
CONCEPTO	**LIBROS**	**ANUAL**	**MES**
Elaboración Proyecto Factibilidad	1200	120	10,00
Gastos de Organización	500	50	4,17
Capacitación del Personal	600	60	5,00
TOTAL	**2300**	**230**	**19,2**

FORMULAS

AMORTIZACIÓN ANUAL	**AMORTIZACIÓN MES**
V/Libros/10 (Años)	Amortización Anual/12 (Mes)

ANEXO A

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ENCUESTA A PRODUCTORES DE ROSAS EN TABACUNDO

OBJETIVO: Conocer el estado actual en el área de comercialización de los productores minoritarios que se encuentran en la parroquia de Tabacundo, Pedro Moncayo, Provincia de Pichincha.

INSTRUCCIONES

Se solicita al encuestado contestar las siguientes preguntas, su ayuda será de mucha importancia, marque con una **"X",** en los casilleros que crea conveniente según su criterio.

Anticipamos nuestro agradecimiento por su colaboración

1. ¿Produce usted rosas de exportación?

Si -------- No --------

2. ¿Qué extensión de terreno dispone para el cultivo de rosas?

- de 500 a 1000 m2 ……
- de 1100 a 2000 m2 ……
- de 2100 a 3000 m2 ……
- mayor a 3000 m2 ……

3. ¿Cantidad de plantas que tiene en su cultivo?

- de 2000 a 6000 plantas ……
- de 6001 a 12000 plantas ……

- de 12001 a 18000 plantas ……
- mayor a 18000 plantas …….

4. ¿Variedades de rosas que tiene en su cultivo?

- FREEDOM □
- FOREVER YOUNG □
- IGUAZU □
- VENDELA □
- HIGH & MAGIC □
- HIGH & ORANGE □
- WHITE CHOCOLATE □
- SWEETNESS □
- TOPAZ □
- MOHANA □
- POLAR STAR □
- MONDIAL □
- CARROUSEL □
- OTRA □

5. ¿Volumen de producción mensual (tallos) que tiene en su cultivo?

- de 3000 a 6000 tallos ……
- de 6001 a 9000 tallos ……
- de 9001 a 12000 tallos ……
- de 12001 a 15000 tallos ……
- mayor a 15000 tallos …….

6. ¿En qué presentación vende usted su flor?

- Mallas ……..

- Bounches ……..
- Qb ……..

7. **¿En qué mercado comercializa su producto)?**

- Mercado Interno
- Mercado Externo

8. ¿Calidad de su producción

Europea -------
Americana -------
Otra -------

9. Le gustaría tener un centro de acopio que de mayores beneficios a su negocio

Si -------- No --------

10. Si le ofertarán un servicio diferente y más eficiente para comercializar su producto, usted accedería a él

Si -------- No --------

11. Con que precio está colocando su producción

Alto Igual o mayor de 40ctvs --------
Medio Igual o menor de 30ctvs --------
Bajo Igual o menor de 20ctvs --------

ANEXO B

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ENCUESTA A CLIENTES EN EL EXTERIOR

OBJETIVO: Determinar la demanda de rosas en el exterior, y la aceptación de rosas Ecuatorianas provenientes de cultivos pequeños poco reconocidos en el mercado.

INSTRUCCIONES

Se solicita al encuestado contestar las siguientes preguntas, su ayuda será de mucha importancia, marque con una **"X",** en los casilleros que crea conveniente según su criterio, Anticipamos nuestro agradecimiento por su colaboración

1. ¿Tipo de flores comercializa?

a. Rosas □

b. Flores de verano □

c. Otros □

2. ¿Variedades de rosas más cotizadas en el mercado exterior?

- FREEDOM □
- FOREVER YOUNG □
- IGUAZU □
- VENDELA □
- HIGH & MAGIC □
- HIGH & ORANGE □
- WHITE CHOCOLATE □
- SWEETNESS □
- TOPAZ □
- MOHANA □

- POLAR STAR □
- MONDIAL □
- CARROUSEL □
- OTRA □

3. ¿Precios referenciales que paga por los tallos standard?

OPCIÓN		**PRECIO**
60	……..	0,35
70	……..	0,50
80	……..	0,62
90	……..	0,75
100	……..	1,00

4. ¿Precios referenciales que paga por los tallos PREMUIM?

OPCIÓN		**PRECIO**
60	……..	0,60
70	……..	0,75
80	……..	0,90
90	……..	1,10
100	……..	1,40

5. ¿Para qué mercado compra usted?

- Mercado Ruso □
- Mercado Americano □
- Otros mercados □

6. ¿Cantidad de tallos y cajas de rosas que compran semanalmente a Ecuador?

7. ¿La oferta actual de rosas cubre sus requerimientos?

Si No

8. Cantidad de rosas que requieren a la semana para cubrir totalmente sus pedidos

9. ¿Aspectos que considere importante al momento de comprar su flor?

10. Cuál es el medio de comunicación más viable para realizar transacciones comerciales.

- Teléfono □
- Internet □
- Fax □
- Otro □

11. ¿La flor de que países es de su preferencia?

- Ecuador □
- Colombia □
- Kenia □

12. ¿Cuáles son las razones qué considera más importante de las rosas Ecuatorianas al momento de comprarlas

Tamaño del botón

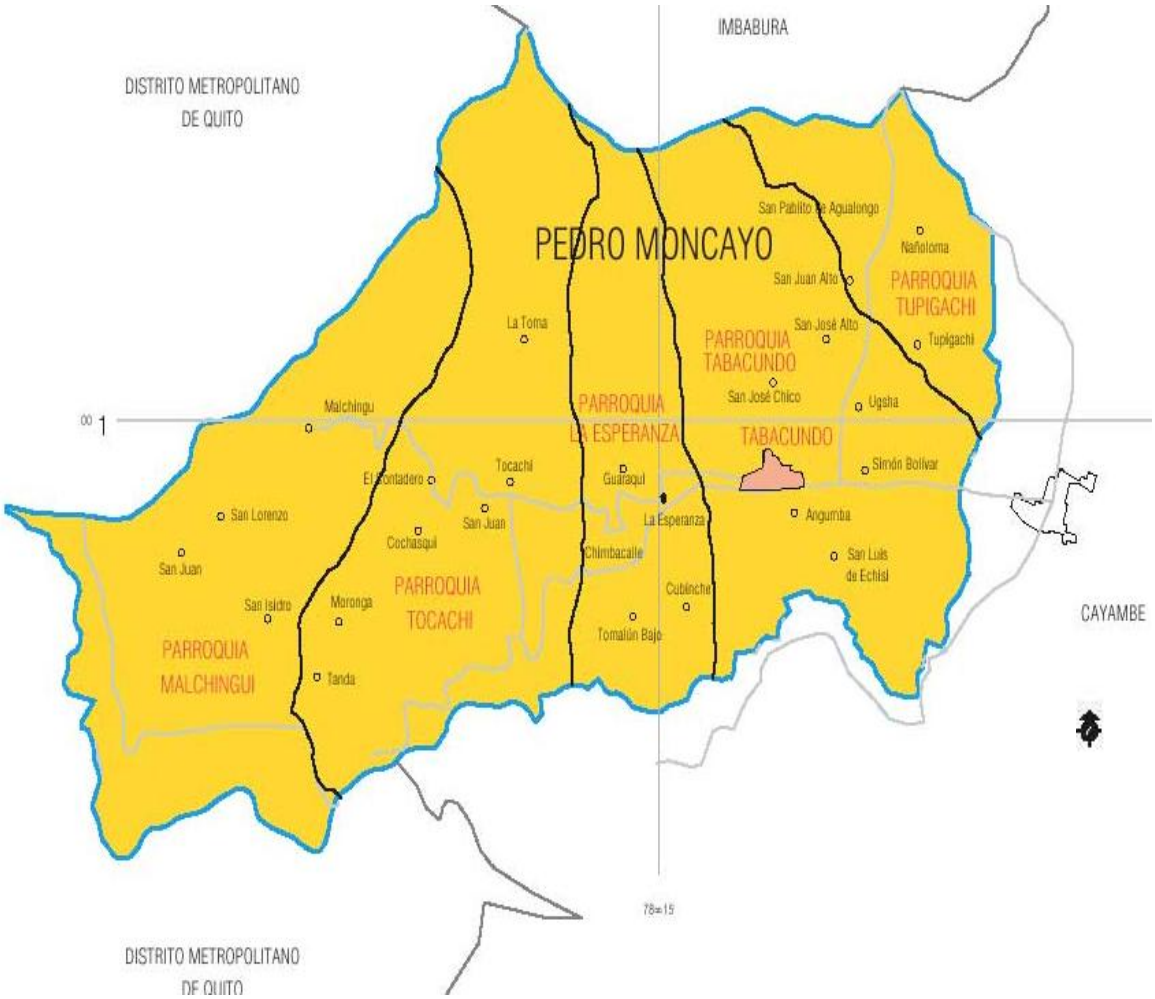
Tamaño del tallo

Precio

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO C

MAPA DE UBICACIÓN DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO, PARROQUIA DE TABACUNDO



ANEXO D

FOTOGRAFÍAS PEQUEÑOS CULTIVOS DE ROSAS EN TABACUNDO

















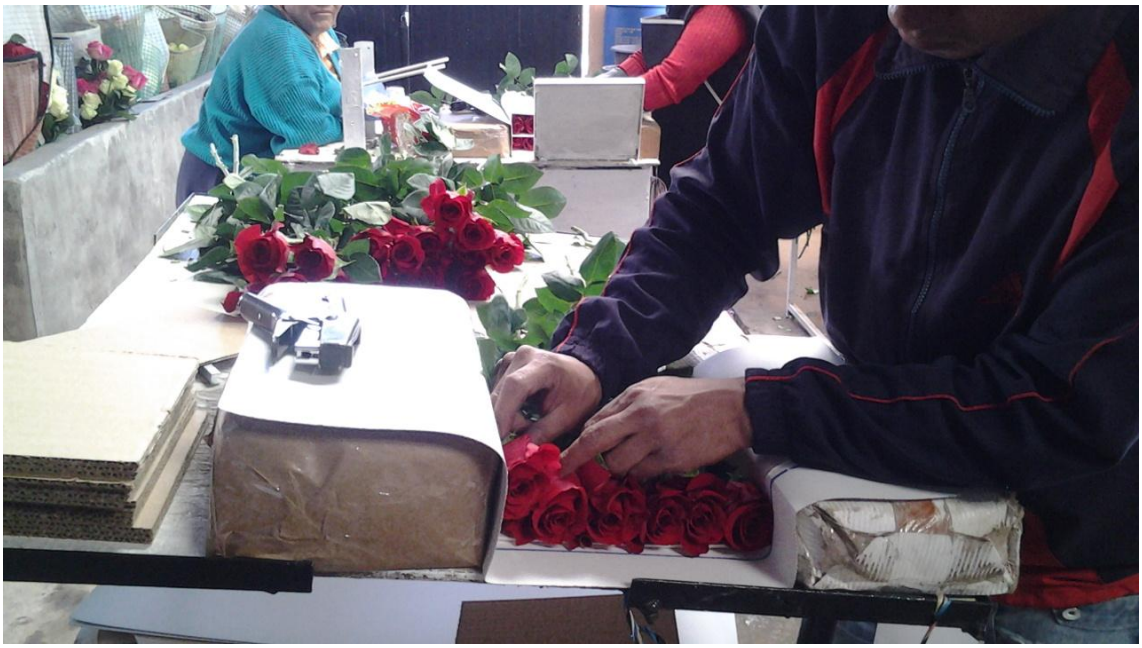




ANEXO E

FOTOGRAFÍAS PROYECTO EJECUTADO












CUARTO
FRIO
Toni




ROSA TINTURADA
ROSA TINTURADA
ROSA TINTURADA


CONSIGNED TO:
BOX NUMBER:
GRADE:
PRODUCT OF ECUADOR
ECUACERO


HINO
TRUCKS
Grupo Mavesa
ECUACERO


Commercial Services


HINO
TRUCKS
Grupo Mayesa
CUACERO

ANEXO F

REGISTRO DE AGROCALIDAD PROYECTO EJECUTADO



.:LISTA OFICIAL DE OPERADORES DE EXPORTACION DE ORNAMENTALES,REGISTRADOS:.

Registros Mostrados del: 1 - 1 al 1

ESCRIBIR EI CODIGO DEL REGISTRO: SELECCIONAR UN CRITERIO:

1071 CODIGO REGISTRO Buscar Solo Palabras Completas

Buscar MOSTRAR TODOS LOS DATOS

	CODIGO	CODIGO REGISTRO	RAZON SOCIAL	TIPO REGISTRO	PRODUCTO ORNAMENTAL	PRODUCTO/PAIS	PRODUCTO ORNAMENTAL	PRODUCTO/PAIS	PRODUCTO ORNAMENTAL	PRODUCTO/PAIS	PROVEEDORES	PAIS PROVEEDORES	FECHA VIGENCIA	OBSERVACIONES
Ver	1073	EC17-AGCF-01-1071	TARAPUES CUASQUER PATRICIO RAUL	Comercializador	Rosa (Rosa spp.)	Rusia, Ucrania, Alemania, Argentina, Azerbaiyán, Bahréin, Canadá, Chile, Estados Unidos, España, Francia, Georgia, Holanda, Inglaterra, Italia, Japón, Kuwait, Lituania, Qatar, República Checa, Rumania.					Rosa (Rosa spp.)	x	2014-06-03	

ANEXO G



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES

...le hace bien al país!

NUMERO RUC: 1003702857001

APELLIDOS Y NOMBRES: TARAPUES CUASQUER PATRICIO RAUL

NOMBRE COMERCIAL: PASSIONE COMERCIAL SERVICES

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO:	23/01/1989	**FEC. ACTUALIZACION:**	17/06/2013
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	21/06/2007	**FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**	
FEC. INSCRIPCION:	21/06/2007	**FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**	

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

EXPORTACION DE FLORES.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: PEDRO MONCAYO Parroquia: TABACUNDO Calle: RUMIÑAHUI Número: 73 Intersección: ROCAFUERTE Referencia: URBANIZACION SAN RAFAEL A TRES CUADRAS DEL PARQUE SAN BLAS Teléfono: 022366760 Email: paratacu@hotmail.com

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

 # DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1

JURISDICCIÓN: \ REGIONAL NORTE\ PICHINCHA **CERRADOS:** 0

SRI Se verifica que los documentos de identidad y certificado de votación originales presentados, pertenecen al contribuyente.
COD: SC33103 17 JUN 2013
Usuario Agencia
Firma del Servidor Responsable

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: DMSM090512 **Lugar de emisión:** QUITO/SALINAS Y SANTIAGO **Fecha y hora:** 17/06/2013 14:27:10

Página 1 de 2

SRi.gob.ec

ANEXO H

DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION

QUITO – RUSIA, DICIEMBRE 2013

REPUBLICA DEL ECUADOR

DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION

Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	055-2013-40-00804129

Información de general

Código de la distrito	QUITO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	16003885

Información de Exportador

Nombre del exportador	TARAPUES CUASQUER PATRICIO RAUL	Telefone del exportador	022366760
Dirección del exportador	RUMINAHUI 73 Y ROCAFUERTE		
Numero de documento de	RUC-1003702857001	Ciudad del exportador	PEDRO MONCAYO
CIIU	CULTIVO DE CEREALES Y OTROS CULTIVOS N.C.P.	Numero de documento de	RUC-1003702857001
Nombre del declarante	TARAPUES CUASQUER PATRICIO RAUL		
Dirección del declarante			
Codigo de forma de pago	A CONSIGNACION	Codigo de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Informacion de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	29/11/2013
Nombre del consignatario			
Direccion del			
Ciudad del contribuyente	MOSCOW	Tipo de carga	CARGA GENERAL
Almacen de lugar de	[31000004] ZPE QUITO	Medio de transporte	AEREO
Pais de destino final	RUSIA		

Totales

Codigo de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transaccion	1000	Cantidad de item	1
Peso neto total	360	Peso total	360
Cantidad total de bultos	20	Cantidad de contenedores	0
Cantidad total de unidades fisicas	4000	Cantidad total de unidades comerciales	10
Codigo de la mercancia de despacho urgente		Codigo de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Item

BIBLIOGRAFÍA

AUTOR **TEXTO**

- **POSSO**, Yepez Miguel A. Metodología para el trabajo de grado. Edición Tercera, 2008.
- **MENESES**, Álvarez, Preparación y Evaluación de Proyectos, Quito Ecuador, 2001 Quality Print. Primera Edición.

Páginas web:

- http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Pedro_Moncayo
- www.inec.gov.ec
- www.expoflores.com
- www.corpei.org
- www.pedromoncayo.gob.ec
- www.rusiamia.com/fiestas_rusas.
- www.guiaestudiantilinternacional.com/articles/holidays_customs.php