



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE
SERVICIOS DE DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE
JARDINES CON BASE EN NAYÓN PARROQUIA RURAL DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA.

AUTOR

Daniel Alejandro Anaguano Pillajo

AÑO

2019



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE SERVICIOS
DE DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE JARDINES CON
BASE EN NAYÓN PARROQUIA RURAL DEL DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Magister en Administración de
Empresas mención Finanzas

Profesor Guía

Janeth Caromoto Castillo de Cáceres

Autor

Daniel Alejandro Anaguano Pillajo

Año

2019

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de negocios para la creación de una pyme de servicios de diseño, construcción y mantenimiento de jardines con base en Nayón parroquia rural del distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha” a través de reuniones periódicas con el estudiante Daniel Alejandro Anaguano Pillajo, en el semestre 201900, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Janeth Caromoto Castillo de Cáceres

Magister en Administración de Empresas

CI: 175788334-1

DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado el trabajo, Plan de negocios para la creación de una pyme de servicios de diseño, construcción y mantenimiento de jardines con base en Nayón parroquia rural del distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha” a través de reuniones periódicas con el estudiante Daniel Alejandro Anaguano Pillajo, en el semestre 201900, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Sergio Enrique Guerra Reyes

Magister en Administración Pública y Desarrollo Internacional

CI: 175517284-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Daniel Alejandro Anaguano Pillajo

C.I. 171528698-3

AGRADECIMIENTOS

Gracias primero a mi Dios que siempre ha estado encaminando mis decisiones, a mi familia por siempre estar apoyándome ante cada circunstancia vivida.

Gracias a cada uno de mis compañeros que me han permitido compartir gratos momentos de crecimiento tanto profesional como personal.

Aun cuando había días que el camino se complicaba siempre tuve el apoyo incondicional de mi novia que siempre creyó en mí, gracias a todos hoy tengo la satisfacción del deber cumplido.

DEDICATORIA

Hace poco más de dos años tuve la mejor enseñanza que me pudieron dar por parte de mi hermano menor, el reto de aquel tiempo ahora convertido en logro es dedicado para él y sus palabras al momento de salir al exterior “que nadie te diga que es imposible”.

Para mis padres y hermano mayor que sin su apoyo, aliento y comprensión nada hubiera sido posible; a ti mi Dios por darme la salud de poder afrontar día a día este proceso, ahora a emprender nuevos rumbos y como mi padre dice: “hemos venido a la vida a dejar huella”.

RESUMEN

El presente plan de negocios tiene como finalidad establecer los principales criterios a tomar en cuenta para la puesta en marcha de un emprendimiento de mantenimiento y diseño de jardines para proyectos inmobiliarios y/o personas naturales interesadas en los mismos.

Luego de realizar un análisis FODA del emprendimiento se pudo determinar que la estrategia de mercadeo a utilizar será la diferenciación por cuanto se necesitará un factor que permita ganar mercado a empresas que ya están establecidas y personas naturales que pueden brindar el mismo tipo de servicio. Se identificó que el mercado potencial inicial para el emprendimiento son 818 Licencias Urbanísticas Municipales (requerimiento para construcciones legales) en las parroquias de Cumbayá, Tumbaco y Puembo y como mercado objetivo 536 licencias en las mismas localidades.

Para poder llegar al mercado objetivo se hace necesario incentivar al cliente mediante promociones y publicidad a través de páginas web, redes sociales, material promocional y relaciones públicas que muestren las facultades del emprendimiento. Este mercadeo busca engrandecer la imagen de un proyecto que cuenta con personal capacitado y con amplia experiencia que se centra en proporcionar bienestar al cliente a través de los espacios verdes en sus hogares.

En lo relacionado al plan financiero se pudo determinar que desde el año 1 el proyecto generará utilidades, teniendo que realizar una inversión inicial de \$ 22.756,21. Esto avizora un panorama financiero positivo para que el emprendimiento pueda continuar desarrollando sus actividades.

Para corroborar lo mencionado podemos citar el crecimiento del patrimonio del emprendimiento dado principalmente por las utilidades acumuladas que pasan de \$2.077 en el primer año a \$ 36.588 al final del año 5, esto como medida de precaución del patrimonio de los accionistas.

ABSTRACT

The purpose of the business plan is to establish the main criteria to be taken into account for the start-up of a maintenance and garden design project for real estate projects and / or natural persons interested in them.

After carrying out a SWOT analysis of the venture, it was determined that the marketing strategy to be used will be differentiation, since a factor that will allow us to gain market to companies that are already established and natural persons that can provide the same type of service will be needed. It was identified that the potential market for the enterprise is 818 Municipal Urban Licenses (Requirement for legal constructions) in the parishes of Cumbaya, Tumbaco and Puembo and as target market 536 licenses in the same localities.

In order to reach our target market it is necessary to encourage the client through promotions and advertising through web pages, social networks, promotional material and public relations that show the faculties of entrepreneurship. This marketing will always seek to magnify the image of a project that has trained personnel with extensive experience that will always seek the welfare of the client through the green spaces in their homes.

Regarding the financial plan, it was determined that from year 1 the project will generate profits, having to make an initial investment of \$ 22,756.21. This envisages a positive scenario financially speaking since it will allow entrepreneurship to handle the basic business concept in progress.

To corroborate the aforementioned, we can cite the growth of the entrepreneurship assets given mainly by the accumulated profits that go from \$ 2,077 in the first year to \$ 36,588 at the end of year 5, this as a precautionary measure of shareholders' equity.

INDICE

1. CAPITULO I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Antecedentes que permiten comprender el tema.....	1
1.1.1 Objetivos.....	3
1.1.1.1 Objetivo General.....	3
1.1.1.2 Objetivos Específicos.....	3
1.2 Razones por las cuales se escogió el tema.....	4
1.3 Pertinencia del tema a desarrollar.....	6
1.4 Diagnóstico del entorno actual.....	6
1.5 Conclusiones del Capítulo.....	7
2. CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA ACADÉMICA DEL ÁREA.....	9
2.1 Proyectos similares que se hayan diseñado, analizado y/o puesto en práctica previamente.....	9
2.2 Hallazgos de la revisión de la Literatura Académica.....	10
2.2.1 Importancia jardines.....	10
2.2.2 Producción de Plantas Ornamentales.....	10
2.2.3 Historia de los jardines.....	11
2.2.4 Paisajismo.....	12
2.2.5 Diseño de jardines.....	12
2.2.6 Mantenimiento de jardines.....	12
2.2.7 Tipos de Investigación.....	13
2.2.8 Diagrama Pestel.....	16
2.2.9 Diagrama de Porter.....	17
2.2.10 Análisis FODA.....	17

2.2.11 Cadena de Valor.....	18
2.2.12 Indicadores Financieros.....	18
2.2.13 Punto de Equilibrio.....	19
2.2.14 VPN.....	20
2.2.15 TIR.....	20
2.2.16 CAPM.....	21
2.2.17 WACC.....	21
2.3 Conclusiones del Capitulo.....	22
3. CAPÍTULO III. ESTRATEGIA GENÉRICA Y	
MERCADO.....	24
3.1 Naturaleza y filosofía del negocio.....	24
3.2 Estilo Corporativo, Imagen.....	24
3.3 Enfoque Social, impacto en la comunidad.....	25
3.4 Misión y Visión.....	25
3.5 Objetivos de crecimiento y financieros.....	26
3.5.1 Objetivos de crecimiento.....	26
3.5.2 Objetivos financieros.....	26
3.6 Información Legal.....	26
3.6.1 Tipo de Empresa.....	26
3.6.2 Esta Legal Actual o para constitución.....	26
3.6.3 Legislación Vigente.....	26
3.6.3.1 Superintendencia de Compañías.....	26
3.6.3.2 Servicio de Rentas Internas.....	27

3.6.3.3 Superintendencia del Control de Poder de Mercado.....	28
3.6.3.4 Gobierno Autónomo Descentralizado de Quito.....	29
3.6.3.5 Normativa Ambiental.....	29
3.6.4 Gastos de Constitución.....	30
3.6.5 Normas o Políticas de distribución de utilidades.....	31
3.6.6 Capital Social, socios participantes.....	31
3.7 Estructura Organizacional.....	32
3.7.3 Descripción detallada de los integrantes y sus responsabilidades....	32
3.7.4 Gobierno Corporativo.....	33
3.7.5 Organigrama.....	33
3.7.6 Justificación de la estructura organizacional elegida.....	33
3.8 Ubicación.....	34
3.9 Lugar donde se ubicara el proyecto y ¿Por qué?.....	34
3.10 Subsidiarias.....	35
3.11 Análisis de la industria.....	35
3.11.1 Entorno Macroeconómico y Político.....	35
3.11.1.1 Producto Interno Bruto.....	35
3.11.1.2 Inflación.....	36
3.11.1.3 Precio del Barril del Petróleo.....	38
3.11.1.4 Tasas de Interés Vigentes.....	38
3.11.1.5 Empleo.....	39
3.11.1.6 Político.....	39
3.11.1.7 Análisis Pestel.....	41
3.11.2 Análisis del Sector.....	42

3.11.2.1 Tamaño de la industria.....	42
3.11.2.1.1 Tasa de Crecimiento.....	42
3.11.2.1.2 Volumen, porcentaje respecto al PIB.....	43
3.11.2.2 Ciclos Económicos.....	44
3.11.3 Análisis de Mercado.....	45
3.11.3.1 Estimación Mercado Potencial.....	45
3.11.3.2 Mercado Objetivo.....	46
3.11.3.3 Justificación del Mercado Objetivo.....	47
3.11.3.4 Estimación del segmento de mercado.....	49
3.11.3.5 Resultados de la Encuesta.....	50
3.11.4 Análisis de la Competencia.....	54
3.11.4.1 Identificación de principales participantes y competidores potenciales.....	54
3.11.4.2 Análisis de Empresas Competidoras.....	55
3.11.4.3 Análisis precios de venta del servicio y competencia.....	55
3.11.4.4 Imagen de la competencia ante los clientes.....	56
3.11.4.5 Segmento al cual está dirigida la competencia.....	57
3.11.4.6 Análisis de Porter.....	58
3.11.5 Análisis FODA.....	60
3.11.5.1 Definición de estrategia genérica del proyecto.....	62
3.11.6 Estrategias de Mercadeo.....	62
3.11.6.1 Concepto del Servicio.....	62
3.11.6.2 Estrategias de Distribución.....	64
3.11.6.3 Estrategias de Precio.....	65
3.11.6.4 Estrategias de Promoción.....	73

3.11.6.5 Estrategias de Comunicación.....	75
3.11.6.6 Estrategia de Servicio.....	77
3.11.6.7 Presupuesto.....	78
3.11.6.8 Proyección de Ventas.....	79
3.12 Conclusiones del Capítulo.....	80
4. CAPITULO IV. OPERACIONES.....	83
4.1 Estado de Desarrollo.....	83
4.2 Descripción del proceso.....	84
4.2.1 Diseño del proceso.....	84
4.2.2 Cadena de Valor.....	86
4.2.3 Diagrama del Flujo del Proceso.....	88
4.2.4 Análisis Capacidad del Proceso.....	89
4.3 Necesidades y Requerimientos.....	91
4.4 Plan de Producción.....	94
4.4.1 Capacidad Utilizada y Proyectada.....	95
4.4.2 Carga Laboral por metro cuadrado.....	95
4.5 Plan de Compras.....	97
4.6 KPI's de desempeño del proceso productivo.....	100
4.6.1 Defina los KPI's del proceso de servicio de su proyecto.....	100
4.7 Conclusiones del capítulo.....	101
5. CAPITULO V. PLAN FINANCIERO.....	102
5.1 Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero.....	102

5.2 Estados Financieros Proyectados.....	102
5.2.1 Estados de Resultados.....	103
5.2.2 Estado de Situación o Balance General.....	104
5.2.3 Estado de Flujo de Caja.....	105
5.2.3.1 Financiamiento.....	105
5.2.3.2 Proyección de Ingresos.....	106
5.2.3.3 Proyección de Egresos.....	107
5.2.3.4 Estado de Flujo de Caja.....	108
5.2.4 Análisis de Relaciones Financieras: Índices aplicables a la empresa e industria, además de VAN, TIR, PRI y análisis de punto de equilibrio.....	108
5.2.5 Impacto Económico, Regional, Social y Ambiental.....	110
5.2.6 Indicadores Financieros.....	111
5.3 Conclusiones del Capítulo.....	111
6. Conclusiones Generales.....	112
REFERENCIAS.....	114
ANEXOS.....	121

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Aporte Sector de la Construcción al PIB.....	2
Tabla 2 Actividad Económica por Rama.....	4
Tabla 3 Tendencias en Ubicaciones Proyectos Inmobiliarios Quito.....	5
Tabla 4 Tipos de Muestreo Probabilístico.....	15
Tabla 5 Tipos de Muestreo No Probabilístico.....	15
Tabla 6 Índices Financieros.....	18
Tabla 7 Tasas y tarifas Notariales Constitución Empresa.....	30
Tabla 8 Gastos de Constitución a Pagar.....	31
Tabla 9 Capital Social Jardines DyL S.A.....	31
Tabla 10 Macro – Localización.....	34
Tabla 11 Micro – Localización.....	34
Tabla 12 Inflación Ecuador.....	37
Tabla 13 CIUU Proyecto.....	42
Tabla 14 Variación PIB Sector de la Construcción.....	43
Tabla 15 Licencias Mercado Potencial por Año.....	46
Tabla 16 Área de Construcción Mercado Meta.....	48
Tabla 17 Crecimiento Número de Licencias Cumbayá, Tumbaco y Puembo....	49
Tabla 18 Peso Parroquial para muestra	50
Tabla 19 Segmentación de la muestra.....	53
Tabla 20 Análisis Competidores.....	55
Tabla 21 Satisfacción del cliente con el proveedor actual.....	57
Tabla 22 Análisis FODA Jardines DyL.....	60
Tabla 23 Presupuesto Distribución.....	65

Tabla 24 Precios Maquinaria.....	67
Tabla 25 Costo Invernadero.....	67
Tabla 26 Nómina de la Empresa.....	68
Tabla 27 Equipos de Oficina.....	69
Tabla 28 Costos Variables.....	69
Tabla 29 Costo Transporte.....	70
Tabla 30 Costo Total Anual.....	70
Tabla 31 Punto de Equilibrio.....	71
Tabla 32 Condiciones de Pago.....	71
Tabla 33 Presupuesto Promoción.....	75
Tabla 34 Presupuesto Comunicación.....	77
Tabla 35 Presupuesto Marketing Mix.....	78
Tabla 36 Proyección de Ventas.....	79
Tabla 37 Tiempos de Ejecución Mantenimientos de Jardines.....	89
Tabla 38 Tiempos de Ejecución Diseño de Jardines.....	90
Tabla 39 Cronograma Puesta en Marcha.....	90
Tabla 40 Resumen Presupuesto Adquisiciones.....	93
Tabla 41 Capacidad Instalada.....	94
Tabla 42 Capacidad Utilizada y Proyectada.....	95
Tabla 43 Determinación Carga Laboral.....	96
Tabla 44 Holgura de Tiempo.....	96
Tabla 45 Necesidad Mensual de Plantas.....	97
Tabla 46 Plan de Compras.....	98
Tabla 47 Cantidades de Compras.....	99

Tabla 48 KPI Servicios Diseño y Mantenimiento Jardines.....	100
Tabla 49 Proyección Estado de Resultados USD.....	103
Tabla 50 Proyección de Balance General USD.....	104
Tabla 51 Inversión Inicial USD.....	105
Tabla 52 Financiamiento USD.....	106
Tabla 53 Proyección Egresos USD.....	107
Tabla 54 Estado de Flujo de Caja Proyecto USD.....	108
Tabla 55 Estado de Flujo Inversionista USD.....	108
Tabla 56 Información para Indicadores.....	109
Tabla 57 Tasa de Descuento.....	109
Tabla 58 Criterios de Evaluación.....	109
Tabla 59 Análisis de Sensibilidad.....	110
Tabla 60 Criterios de Ponderación de Impactos.....	110
Tabla 61 Valoración de los Impactos.....	110
Tabla 62 Resultados Indicadores.....	111

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Participación de la actividad de plantas ornamentales y servicios de comidas en la economía interna.....	4
Figura 2 Sectores de Demanda de Vivienda Quito.....	5
Figura 3 Oferta Inmobiliaria Quito.....	6
Figura 4 Logotipo Empresarial.....	24
Figura 5 Organigrama Empresarial.....	33
Figura 6 Macro Localización.....	34
Figura 7 Micro Localización.....	34
Figura 8 Producto Interno Bruto.....	36
Figura 9 Inflación Anual del IPC.....	36
Figura 10 Inflación Anual del IPC 2017-2018.....	37
Figura 11 Precios de los Crudos Napo, Oriente, WTI.....	38
Figura 12 Tasas de Interés.....	38
Figura 13 Estructura Mercado Laboral Ecuatoriano Urbano.....	39
Figura 14 PESTEL.....	41
Figura 15 Tasas de Variación del VAB por Industria.....	42
Figura 16 Producto Interno Bruto Construcción – Porcentual.....	43
Figura 17 Producto Interno Bruto Construcción – Nominal.....	44
Figura 18 Precios Metro Cuadrado en Quito.....	49
Figura 19 Precio Promedio Servicio Mantenimiento.....	56
Figura 20 Precio Promedio Servicio Diseño.....	56
Figura 21 Encargados de Jardinería.....	57
Figura 22 Razones Escogimiento Servicio Diseño o Mantenimientos	

Jardines.....	58
Figura 23 Expansión Territorial del Proyecto.....	74
Figura 24 Medio de Envío de Información.....	76
Figura 25 Cadena de Valor.....	86
Figura 26 Diagrama Proceso de Asesoría de Diseño y Mantenimiento de Jardines.....	88

CAPITULO 1: INTRODUCCION

1.1. Antecedentes que permiten comprender el tema

En la actualidad el contar con un jardín tanto dentro como fuera del hogar se ha tornado como un complemento innegable de la construcción, ya no importa el espacio disponible para este fin dado que las personas que conocen de jardines trabajan de los espacios más grandes a los más pequeños dependiendo de las especificaciones del cliente.

Y si no se cuenta con el acceso a proveedores de este tipo de servicios los propietarios han hecho de la construcción empírica de jardines una actividad de distracción que los disfrutan en sus momentos de ocio.

Contar con un jardín en casa puede constituirse en ese espacio de disfrute en familia donde prime la tranquilidad y paz que se necesita para salir del estrés laboral y el atosigante caos de la ciudad.

Al hablar de jardines en la actualidad se tiene alternativas de información como revistas, libros, cursos online o páginas web con un sin número de información para el manejo de jardines; y si adicionalmente se cuenta en la ciudad de Quito una población relativamente céntrica como la parroquia de Nayón, donde se puede encontrar todo tipo de plantas ornamentales y accesorios para lograr plasmar las diferentes de ideas de jardín en el hogar.

Por otro lado, se puede hablar de beneficios por contar con plantas en el hogar como brindar un ambiente distinto especialmente en relación a la purificación del aire transformando el CO₂ en oxígeno y ayudando a reducir el estrés por el mismo hecho de las actividades que demandan las plantas para un buen cuidado.

Parece tan fácil poder contar con un jardín dentro del hogar pero adentrarse en el universo de las plantas constituye algo más complicado que la simple adquisición de plantas ornamentales, es saber reconocerlas, cultivarlas, cuidarlas y distribuirlas dentro del hogar, en otras palabras se transforma en toda una profesión.

Con respecto al servicio del emprendimiento se debe tener en cuenta que depende del sector de la construcción puesto que entre más proyectos inmobiliarios (casas, edificios, conjuntos habitacionales, etc) se tenga mayores serán las oportunidades de poder brindar los servicios del proyecto, por lo cual se debe fundamentar el análisis en la situación de este mercado.

Tabla 1.
Aporte Sector de la Construcción al PIB

Año	PIB Construcción (Millones de Dólares)	Variación	Variación Porcentual
2008	5.394,3		
2009	5.927,8	533,46	9,89%
2010	6.501,2	573,40	9,67%
2011	8.106,5	1.605,32	24,69%
2012	9.378,6	1.272,11	15,69%
2013	10.012,7	634,06	6,76%
2014	10.891,2	878,50	8,77%
2015	11.125,4	234,25	2,15%
2016	11.976,0	850,53	7,64%
2017	12.087,4	111,42	0,93%

Tomado de (Banco Central del Ecuador, 2018a).

Como se puede observar en la Tabla 1 el aporte del sector de la construcción al PIB nominalmente ha ido creciendo desde el año 2008 hasta el 2017 pero no en la misma proporción de un año al otro, la mayor variación la alcanzó en el 2011 con un 24.69% respecto al año anterior y desde esa fecha fue disminuyendo hasta un 2.15% en el 2015.

En el 2016 se tuvo un incremento de 850 millones de dólares pero que en el 2017 solo alcanzo 111 millones de dólares es decir una variación de 0.93% respecto al año anterior.

Debido a este crecimiento constante se espera para el 2018 un incremento del sector fomentado por la derogatoria de la Ley Orgánica de Plusvalía resuelta en la consulta popular en febrero del 2018.

1.1.1. Objetivos

1.1.1.1 Objetivo General

Formular un plan de negocios para la creación de una PYME de servicios de diseño, construcción y mantenimiento de jardines con base en Nayón parroquia rural del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha.

1.1.1.2 Objetivos Específicos

- 1.1.1.2.1 Formular un Marco Teórico que sustente el desarrollo de la investigación del proyecto y permita estructurar las estrategias generales del negocio
- 1.1.1.2.2. Efectuar un estudio de mercado para determinar la cantidad de potenciales consumidores, necesidades, competencia, posibilidades de precios y servicios adicionales del servicio de diseño, construcción y mantenimientos de jardines en los Valles de Cumbayá, Tumbaco y Puenbo.
- 1.1.1.2.3. Determinar la estructura organizacional y operativa del negocio.
- 1.1.1.2.4. Realizar un análisis financiero para determinar los montos de inversión y la rentabilidad que arrojará el proyecto a desarrollar.
- 1.1.1.2.5. Analizar los impactos en los ámbitos socioeconómico, empresarial y ambiental de la realización del proyecto.

1.2. Razones por las cuales se escogió el tema

De las tres razones presentes, se tiene como primera la experiencia de vivir en la parroquia de Nayón hace más de 30 años en los cuales se ha podido palpar de cerca en familiares, amigos y vecinos el desarrollo de las actividades relacionadas al diseño, construcción y mantenimiento de jardines, como una actividad propia de la zona.

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Nayón, que abarca el sistema económico de la población indica que el 27% de la población económicamente activa se dedica a establecimientos relacionados con plantas ornamentales (Ver Tabla 2 y Figura 1), que ratifica la experiencia citada anteriormente.

Tabla 2.
Actividad Económica por Rama

<i>Estructura Económica de la Población NAYON 2010</i>		
<i>Rama de actividad</i>	<i>PEA</i>	<i>%</i>
<i>Comercio al por mayor y menor</i>	1421	18,4%
<i>Otras actividades economicas</i>	961	12,4%
<i>Construcción</i>	820	10,6%
<i>Industrias manufactureras</i>	734	9,5%
<i>Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</i>	704	9,1%
<i>Actividades profesionales, científicas y técnicas</i>	506	6,5%
<i>Actividades de los hogares como empleadores</i>	478	6,2%
<i>Enseñanza</i>	463	6,0%
<i>Actividades de servicios administrativos y de apoyo</i>	461	6,0%
<i>Transporte y almacenamiento</i>	337	4,4%
<i>Actividades de la atención de la salud humana</i>	306	4,0%
<i>Actividades de alojamiento y servicio de comidas</i>	279	3,6%
<i>Administración pública y defensa</i>	273	3,5%
TOTAL		100,0%

Tomada de (Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón, 2018).

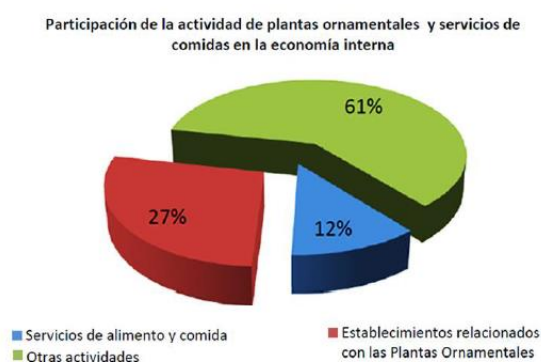


Figura 1. Participación de la actividad de plantas ornamentales y servicios de comidas en la economía interna. Tomado de (Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón, 2018).

Como segunda razón para seleccionar este proyecto se tiene la tendencia que se ha observado en el sector inmobiliario de trasladar sus proyectos hacia la zona del valle de Cumbayá donde el emprendimiento brindará sus servicios, recalcando que los inmuebles existentes y en construcción en la zona son el segmento en el cual se enfocará el emprendimiento y que será validada posteriormente en el capítulo 3.

Según la Revista de Bienes Raíces Clave la tendencia de la oferta inmobiliaria en la ciudad de Quito en la zona del Valle de Cumbayá ha crecido del 2.8% al 14% desde el año 2000 al 2016.

Tabla 3.

Tendencias en Ubicaciones Proyectos Inmobiliarios Quito

SECTOR	Año 2000	Año 2016
Sur de Quito	19.00%	5,50%
Calderón y Pomasqui	15.00%	8,80%
Valle de Cumbayá	2,80%	14.00%
Valle de los Chillos	16.00%	16.00%
Otros	46.80%	55.70%
TOTAL	100.00%	100.00%

Tomado de (Revista Online Bienes Raíces Clave, Junio 2018).

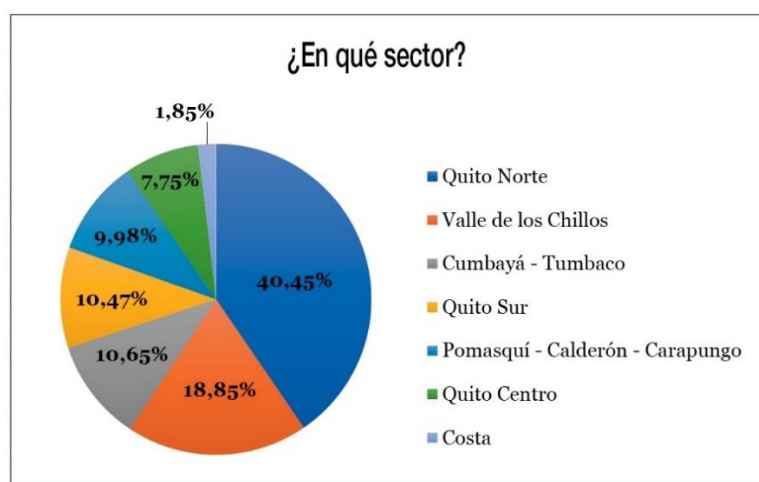


Figura 2. Sectores de Demanda de Vivienda Quito. Tomado de (Revista Online Bienes Raíces Clave, Junio 2018).



Figura 3. Oferta Inmobiliaria Quito. Tomado de (Revista Online Bienes Raíces Clave, Junio 2018).

Finalmente, como tercera y última razón está la conciencia ambiental, dado que al contar con un jardín el mismo se constituye en un pequeño ecosistema dentro del hogar que ayudaría a comprender la dinámica de la naturaleza sin necesidad de largos desplazamientos a áreas menos alteradas y que brinda esa tranquilidad y paz tan anhelada en la vida cotidiana.

1.3. Pertinencia del tema a desarrollar

De acuerdo con los datos expuestos para la justificación del tema a desarrollar, se puede determinar que existe una oportunidad de negocio que puede ser estudiada.

Además, el tema puede servir de base para futuros emprendimientos relacionados al diseño y mantenimiento de jardines en la parroquia de Nayón, pudiendo darle un cambio al tradicional servicio que se presta en la población.

1.4. Diagnóstico del entorno actual

De acuerdo a cifras del Banco Central del Ecuador el proyecto se va desarrollar en una situación económica de recuperación del país pasando de un PIB -1.6% en el 2016 a un 3% en el 2017 y situándose hasta Junio del 2018 en un 1.8%,

con una tasa de desempleo que en el 2017 se ubicó en el 5.82% y a Junio 2018 cerró en 5.21%, y el precio de petróleo tuvo una mejora pasando de 60.37 USD a finales del 2017 a 74.13 USD a Junio del 2018 (Banco Central del Ecuador, 2018a).

Como el mercado objetivo del emprendimiento pretende ser los proyectos inmobiliarios, necesariamente se debe analizar el sector de la construcción que ha tenido una recuperación palpable teniendo en el 2016 una inversión de 30.46 millones de dólares y en el 2017 cerrando 56.03 millones de dólares de inversión (Banco Central del Ecuador, 2018a).

La mencionada reactivación se dio a raíz de la derogatoria de la Ley Orgánica de Plusvalía resuelta en consulta popular del 4 de febrero del 2018 con el 63% de apoyo, aprobada por la Asamblea Nacional el 21 de marzo del 2018 con 97 votos a favor y 18 abstenciones (El Comercio, 2018).

En relación al sector del servicio de diseño, construcción, mantenimiento de jardines se pudo acceder en la página web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo a un listado de negocios similares al del emprendimiento el cual determina que existen 155 negocios de los cuales 23 son sociedades formales y legalmente constituidas y 132 personas naturales que cuentan con el RUC y realizan sus declaraciones respectivas (INEC, 2017).

Al constituirse en un sector con poca regulación y brindado en su mayoría por personas naturales que manejan sus negocios artesanalmente el proyecto puede presentar una alternativa profesional diferente.

1.5. Conclusiones del capítulo

Partiendo de la importancia y beneficios de contar con un jardín en el hogar sumado a que el mercado de la construcción donde se va brindar el servicio está en recuperación impulsado por la derogatoria de la Ley de Plusvalía ha traído nuevos aires a este sector que estuvo un poco contraído, se puede determinar una factibilidad inicial para el servicio de diseño, construcción y mantenimiento de jardines dado que el

La combinación de la experiencia de conocer el tipo de servicio a ser ofertado, la tendencia del sector inmobiliario hacia el valle de Cumbayá y el incremento de la conciencia ambiental puede convertirse en el factor diferenciador que corrobore la factibilidad mencionada en el punto anterior.

La situación país en la que se va desarrollar el proyecto presenta indicadores económicos de recuperación que crean un ambiente positivo para la implementación del emprendimiento, actualmente en el país existen tanto empresas como personas naturales relacionadas con el diseño, construcción y mantenimiento de jardines pero solo el 15% son empresas formales, por lo cual presentar una alternativa novedosa de empresa puede constituirse en una oportunidad de negocio que pueda abarcar el mercado existente tanto de compañías como de personas naturales que brindan el servicio.

2. CAPÍTULO 2: REVISIÓN DE LA LITERATURA ACADÉMICA DEL ÁREA

2.1. Proyectos similares que se hayan diseñado, analizado y/o puesto en práctica previamente.

En la búsqueda de proyectos similares se ha podido identificar en los últimos cinco años varios que se describen brevemente a continuación y de los cuales es posible identificar fuentes de información que pueden ser de utilidad al tema a desarrollar:

- a) Tesis: Estudio de mercado para la implementación de una empresa de producción y comercialización de plantas ornamentales y de diseño de jardines. Quito, Pichincha (Maldonado, 2015).

Analizar la parte técnica operacional del estudio en referencia a manejo de plantas ornamentales dado que la especialidad es Ingeniería en Agronomía.

- a) Tesis: Aplicación de herramientas de gestión agro empresarial en un negocio familiar de servicios de mantenimiento de áreas verdes, jardinería y paisajismo para la ciudad de Guayaquil (Córdova, 2015).

Analizar las herramientas empresariales utilizadas para relacionar el aspecto empresarial con agronomía en el proyecto y poder posicionar de mejor manera el servicio a prestar.

- b) Tesis: “Estudio de factibilidad para la instalación de una microempresa de jardinería para el diseño y mantenimiento de fincas en la parroquia de Vilcabamba del cantón Loja” (Cueva, 2015).

Identificar las estrategias tomadas para acceder al mercado objetivo en otra ciudad que se pueden replicar en la zona en la que prestará el servicio el emprendimiento.

- c) En relación a proyectos puestos en práctica de la investigación se determinó tres páginas web que se asimilan a los tipos de servicios que va a plantear el proyecto, si bien las páginas web no cuentan con mayor

información previa de los proyectos se incluye dado que constituyen la idea del emprendimiento ya puesta en marcha.

Observar el diseño y el manejo de información de las páginas web y de redes sociales de los negocios constituidos para potenciarlos en nuestro emprendimiento.

- <http://www.laberintos.com.ec/web/>
- <http://www.pyrco.com.ec/>
- <http://www.jardinexpress.com.ec/>

2.2. Hallazgos de la revisión de la literatura académica

2.2.1. Importancia jardines

Para el hombre aficionado al cultivo de plantas, la jardinería es una pasión a la que dedica incontables horas de atención y cuidado para distraerse y olvidar sus problemas cotidianos; para otros, la jardinería no es más que el equivalente de un trabajo de casa en el exterior. La gran mayoría se encuentra entre ambos extremos, ajustando cualquier aspiración de jardinería con las limitaciones prácticas del espacio, tiempo y dinero disponible. (Conran y Pearson, 2000, p.16).

Como emprendimiento se debe identificar la importancia que cada cliente le da a su jardín, ya que de este particular se puede definir la forma de brindar el servicio, los materiales a usar, tipo de maquinaria, tiempos y demás especificaciones.

2.2.2. Producción de Plantas Ornamentales

- Siembra: “la forma más sencilla de multiplicar plantas consiste en enterrar a la semilla directamente en la tierra” (Beverley y Phillips, 2008, p. 306).

- Propagación por Esquejes: “es una forma tradicional de incrementar las existencias de plantas si apenas desembolsar dinero, se obtiene ejemplares de una planta madre” (Beverley y Phillips, 2008, p. 316).
- División de Plantas: “la división es otra forma fácil y económica de incrementar las existencias, consiste en separar la planta en varias secciones más pequeñas y replantar las más sanas” (Beverley y Phillips, 2008, p. 316).

Como se mencionó anteriormente, la población más conocida a nivel de la ciudad de Quito en la producción de plantas ornamentales es la parroquia de Nayón y como el proyecto tendrá su base en la mencionada comunidad se debe conocer los tipos de producción de plantas que además de ser económicas llevadas a cabo profesionalmente tienen gran probabilidad de éxito.

2.2.3. Historia de los jardines

A través de la historia el ser humano siempre ha tenido a la naturaleza como fuente de inspiración, decoración y bienestar. La jardinería desde tiempos pasados ha sido la muestra de expresión estética, cultural y en algunos casos de estatus tanto por paisajes públicos como privados (Albardonedo A., 2002).

En los primeros tiempos el ser humano cultivaba plantas para su alimentación más no para muestras de belleza o decoración, de ahí que los primeros indicios de jardines ornamentales se tiene en las figuras de las tumbas egipcias del año 1500 AC, rodeando al ser humano de flores de loto e hileras de acacias (Albardonedo A., 2002).

Los jardines antiguos que se daban a conocer en el mundo occidental fueron los de Ptolomeo, en Alejandría, y que posteriormente fue la influencia en Roma llevada por Lúculo. Al igual que se extendían los territorios se ampliaban los conocimientos sobre las plantas y flores (Albardonedo A., 2002).

En los jardines modernos del siglo XIII, la jardinería revivió en Europa y a comienzos del Renacimiento nacieron jardines al estilo italiano que utilizaban

arbustos como boj y mirto a cambio de las tradicionales flores (Albardonedo A., 2002).

Posteriormente se comienza a construir los primeros espacios públicos que incluyen jardines y parques arbolados que fomentaban los paseos a pie y en coches de caballo (Albardonedo A., 2002).

Finalmente, en el siglo XX se incluye como parte del ordenamiento urbanístico a los jardines, como zonas de sostenibilidad ambiental de las grandes ciudades (Albardonedo A., 2002).

2.2.4. Paisajismo

“El paisajismo es el estudio de los espacios exteriores para encargar lo que queremos plantar en nuestro espacio disponible” (jardineriaon, 2008).

Como parte de la jardinería el personal del proyecto debe conocer de paisajismo ya que a través de este concepto se podrá ubicar de mejor manera cada planta, árbol u objeto en los diseños a realizar de acuerdo al espacio disponible.

2.2.5. Diseño de Jardines

“Comprender la relación de las formas entre si constituye la esencia del diseño de jardines, porque las formas abstractas básicas otorgan al jardín su impacto visual”(Brookes, 2007, p.40).

Como empresa se debe tener en cuenta que en un diseño influyen tanto los objetos naturales como los objetos fabricados, llegar a una combinación perfecta de ambos sería lo más adecuado y exitoso para el proyecto.

2.2.6. Mantenimiento Jardines

En los servicios de mantenimiento de áreas verdes en casas, departamentos, urbanizaciones o lugares públicos se deben conocer conceptos básicos para mantener jardines de calidad y sin inconvenientes.

- Control de maleza:

Maleza se define como “plantas que crecen en el lugar equivocado en el momento menos oportuno” (Beverley y Phillips, 2008, p. 72).

Las empresas de jardinería ofrecen un sistema de control y eliminación de las malas hierbas que se ajustan a las necesidades de los clientes.

- Manejo de Humus

“El humus es materia orgánica parcialmente descompuesta con un elevado contenido de microorganismos que transforman hojas, raíces e insectos muertos en nutrientes para plantas vivas”. (Beverley y Phillips, 2008, p. 48).

El conocer qué tipo de abono orgánico y las cantidades a aplicar trae consigo beneficios al suelo en el cual se va a trabajar y por ende disminución de tiempos de crecimiento de las plantas implementadas en el jardín.

- Desordenes en las plantas

“Hay plantas que parecen estar afectadas por alguna plaga o enfermedad pero que en realidad muestran una carencia nutricional o desorden fisiológico” (Beverley y Phillips, 2008, p. 70).

Tener identificadas plagas o enfermedades en plantas ayuda a evitar varios inconvenientes en el cuidado de los jardines, una buena empresa debe saber identificar si se debe a la calidad de las plantas, condiciones de luz, suelo, alimento o riego para saber cómo controlarla.

2.2.7. Tipo de Investigación

Investigación Cualitativa: es un estudio a profundidad que se basa en pequeñas muestras y se enfocan en el conocimiento integral del fenómeno. Utilizan técnicas psicológicas: entrevistas, focus group, frases incompletas (Santesmases, Sanchez y Valderrey, 2014, p.140).

Investigación cuyos hallazgos no están sujetos a cuantificación ni análisis cuantitativo (McDaniel Jr y Gates, 2016, p. 92).

“Utiliza la recolección y análisis de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández Sampieri, 2014, p. 7)

Investigación Cuantitativa: las encuestas se basan en grandes muestras de una población y obtienen información a través de cuestionarios estructurados que son analizados por técnicas cuantitativas como distribuciones de frecuencia, tabulaciones y otras técnicas estadísticas (Santesmases, Sanchez y Valderrey, 2014, p.140).

“Utiliza la recolección de datos para probar una hipótesis en base a medición numérica y análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández Sampieri, 2014, p. 4).

Investigación Cualitativa vs Investigación Cuantitativa:

La investigación cualitativa suele usar muestras pequeñas, en cambio la cuantitativa se basa en muestras grandes con altos niveles de significación estadística. (McDaniel Jr y Gates, 2016, p. 93).

“El cuantitativo se utiliza para consolidar las creencias y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población; y el cualitativo para que el investigador se genere creencias propias del fenómeno estudiado” (Hernández Sampieri, 2014, p. 10).

Según Kotler y Keller (2012, p. 107) debemos seguir un plan de muestreo y tomar tres decisiones:

1. Unidad de Muestra
2. Tamaño de la Muestra
3. Procedimiento de la Muestra

Muestra: “conjunto de elementos de una población o universo del que se requiere obtener información, para que la misma sea válida la muestra debe ser representativa de la población es decir que en su estructura se reproduzcan características y comportamientos de la población” (Santesmases, Sánchez y Valderrey, 2014, p.145).

Métodos de Muestreo:

Muestro Probabilístico: “todos los elementos de la población tienen igual oportunidad de ser seleccionados” (Santesmases, Sánchez y Valderrey, 2014, p.145).

Tabla 4.

Tipos de Muestreo Probabilístico

Tipo Muestreo Probabilístico	Características
Aleatorio Simple	Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos
Sistemático	Se divide la población en grupos de acuerdo a la muestra
Estratificado	“Cuando la población se puede dividir en clases o estratos”
Por conglomerados	“Lo que se elige al azar no son cuantos elementos de la población, sino grupos de elementos de la misma previamente formados”

Adaptada de (Santesmases, Sánchez y Valderrey, 2014, p.146).

Muestreo No Probabilístico: la selección de los elementos de la muestra se realiza total o en parte según criterios del investigador. (Santesmases, Sanchez y Valderrey, 2014, p.146).

Tabla 5.

Tipos de Muestreo No Probabilístico

Tipo Muestreo No Probabilístico	Características
Por conveniencia	“Escoger elementos que mejor se adaptan a la conveniencia del investigador”
Discrecional	Son elegidos de acuerdo al criterio del investigador de lo que puedan aportar a la muestra
Por cuotas	Las características se ajustan a las establecidas como de control

Adaptada de (Santesmases, Sánchez y Valderrey, 2014, p.147).

Tamaño de la muestra: va en relación del presupuesto y tiempo disponible con que se cuente, así como del error que se comete al tomar una muestra en lugar de la población total es decir el error de muestreo. El tamaño de la muestra va asociado a un determinado nivel de error y es independiente del número de elementos de la población. (Santesmases, Sánchez, y Valderrey, 2014, p.146).

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

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

P = probabilidad de éxito

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

“La certeza total siempre es igual a uno, las posibilidades a partir de esto son “p” de que sí ocurra y “q” de que no ocurra ($p + q = 1$), es decir, asumimos que “p” y “q” serán de 50% igual probabilidad de 0.50 y que resulta lo más común, particularmente cuando seleccionamos por vez primera una muestra en una población” (Hernández Sampieri, 2014, p.179).

Según Sampieri “los niveles de error más comunes que suelen fijarse en una investigación son de 5 y 1% (en ciencias sociales el más usual es el primero)” (Hernández Sampieri, 2014, p.179).

2.2.8. Diagrama Pestel

El macro ambiente engloba el amplio contexto en que se ubica la industria de una compañía, dicho macro ambiente incluye siete componentes principales: características demográficas; valores y estilos de vida de la sociedad; factores legales, políticos y regulatorios; factores ecológicos y medioambientales; factores tecnológicos; condiciones económicas generales, y fuerzas globales.. (Thomson, Peteraf, Gamble y Strickland, 2012, p.50).

El diagrama Pestel determina las posibilidades de implementación del proyecto, analizando externamente los factores que intervienen en la ejecución.

2.2.9. Diagrama de Porter

Porter identificó cinco fuerzas que determinan el atractivo intrínseco a largo plazo de un segmento de mercado (Kotler y Keller, 2012, pp. 232) y son los siguientes:

- Amenaza de rivalidad intensa en el segmento: “un segmento no es atractivo si en él participa ya un gran número de competidores fuertes o agresivos”
- Amenaza de nuevos entrantes: “el segmento más atractivo es aquel donde las barreras de entrada son altas y las barreras de salida son bajas”
- Amenaza de productos sustitutos: “un segmento no es atractivo cuando existen sustitutos reales o potenciales para el producto”
- Amenaza del creciente poder de negociación de los compradores: “un segmento no es atractivo si los competidores tienen un poder de negociación fuerte o en crecimiento”
- Amenaza del creciente poder de negociación de los proveedores: “un segmento no es atractivo si los proveedores de la empresa son capaces de aumentar los precios o reducir la cantidad suministrada”

2.2.10. Análisis FODA

El análisis FODA “es una herramienta sencilla pero poderosa para ponderar las fortalezas y debilidades de los recursos de una empresa, sus oportunidades comerciales y las amenazas externas a su bienestar futuro” (Thomson, Peteraf, Gamble y Strickland, 2012, p.101).

El análisis FODA implica más que la elaboración de cuatro listas; sus dos partes más importantes son llegar a conclusiones a partir de sus listas sobre la situación general de la empresa y convertirlas en acciones estratégicas para que la estrategia se ajuste mejor a las fortalezas de recursos y las oportunidades de mercado, para corregir las debilidades

importantes y para defenderse de las amenazas externas. (Thomson, Peteraf, Gamble y Strickland, 2012, p.105).

2.2.11. Cadena de Valor

La cadena de valor identifica nueve actividades estratégicamente relevantes —cinco primarias y cuatro de apoyo— que crean valor y costos en un negocio específico. Las *actividades primarias* son: (1) logística de entrada, o traer materiales al negocio; (2) operaciones, o transformar los materiales en productos terminados; (3) logística de salida, o envío de los productos terminados; (4) marketing, incluyendo ventas, y (5) servicio. Los departamentos especializados manejan las *actividades de apoyo*: (1) aprovisionamiento, (2) desarrollo de tecnología, (3) gestión de recursos humanos, e (4) infraestructura de la empresa. (Kotler y Keller, 2012, p.34).

2.2.12. Indicadores Financieros

Tabla 6.
Índices Financieros

Razón	Forma de Calculo	Definición
Índices Liquidez		
Razón Corriente	Activo Corriente/ Pasivo Corriente	Por cada dólar de deuda tengo tal cantidad para responder
Capital de Trabajo	(Activo Corriente - Pasivo Corriente)	Valor de los activos corrientes necesarios para que la empresa desarrolle su actividad económica
Prueba Ácida	(Activo Corriente - Inventarios)/Pasivos Corrientes	“Capacidad para pagar las deudas a corto plazo sin contar con los inventarios”
Índices Rentabilidad		
Margen Utilidad Bruta	(Ventas - Costo de Ventas)/Ingresos	“Muestra el porcentaje de ingresos disponibles para cubrir los gastos de operación y obtener una ganancia”
Margen Utilidad Neta	Ganancias después de Impuestos/Ventas	“Muestra las ganancias después de impuestos por cada dólar de ventas”
Rendimientos Sobre Activos Totales	(Ganancias después de Impuestos + Intereses)/Activos Totales	“Es una medida del rendimiento sobre la inversión total de la empresa”
Rendimiento Capital Accionistas	Ganancias después de Impuestos/Capital Total Accionistas	“Muestra el rendimiento que obtienen los accionistas sobre su inversión en la empresa”

Razón	Forma de Calculo	Definición
Rendimiento sobre Capital Invertido	Ganancia después de Impuestos/(Deuda Largo Plazo + Capital Total)	“Muestra la eficiencia con que una empresa emplea el capital monetario invertido en sus operaciones y los rendimientos de dichas inversiones”
Ganancia por Acción	Ganancia después de Impuestos/Cantidad de acciones comunes en circulación	“Muestra la ganancia por acción común en circulación”
Índices Apalancamiento		
Razón Deuda Activos	Deuda Total/Activos Totales	“Mide el grado en que se emplean los fondos de préstamo para financiar las operaciones de la empresa”
Razón Deuda Largo Plazo Capital	Deuda Largo Plazo/(Deuda Largo Plazo + Capital Total Accionistas)	“Es una medida importante de la capacidad de crédito y de fortaleza financiera reflejada en el BG”
Razón Cobertura Intereses	Ingreso Operativo/Gasto de Intereses	“Mide la capacidad de pagar intereses anuales”

Adaptado de (Thomson, Peteraf, Gamble y Strickland, 2012, p.92-93).

La importancia de los indicadores financieros radica en que son medidas que ayudan analizar la situación financiera de la empresa desde un punto de vista individual para compararlo con la competencia o con el líder del mercado en el cual se desarrolla.

2.2.13. Punto de Equilibrio

“El Punto donde el proyecto no genera ni utilidades ni pérdidas” (Ross, Westerfield y Jaffe, 2012, p. 211)

$$\text{Punto de equilibrio (P.E.Q)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales (C.F)}}{\text{Margen de Contribución Unitario (M.C.U)}}$$

$$M.C.U = \text{Precio de Venta Unitario (P.V)} - \text{Costo Variable Unitario (C.V.U)}$$

$$P.E.Q = \frac{C.F}{P.V - C.V.U}$$

Ecuación 1

Donde:

PEQ = Punto de Equilibrio, PV = Precio Venta

CF = Costos Fijos, CV = Costos Variables

En el proyecto el punto de equilibrio ayudará a identificar el punto desde el cual se va a comenzar a generar utilidades.

2.2.14. VPN

“Es el valor de los flujos de efectivo futuros menos el valor presente del costo de la inversión” (Ross, Westerfield y Jaffe, 2012, p. 89)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Ecuación 2

Donde:

I = Inversión inicial

F = Flujos de dinero de cada periodo

k = Tasa de Interés

n = número de periodos

En el proyecto se usará el VPN para determinar si se está maximizando la inversión, es decir si se está aumentando o disminuyendo valor a la empresa.

2.2.15. TIR

Tasa Interna de Retorno “es la cifra interna o intrínseca al proyecto y no depende de otra cosa que no sean los flujos de efectivo del proyecto” (Ross, Westerfield y Jaffe, 2012, p. 142)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

Ecuación 3

Donde:

I = Inversión Inicial

F = flujos de dinero en cada periodo

n = número de periodos

TIR = tasa que hace en van 0

La tasa interna de retorno nos muestra la aceptación o no del proyecto, se acepta el negocio si la TIR es mayor a la tasa de descuento y se rechaza cuando la TIR es menor.

2.2.16. CAPM

“Modelo de valoración de precios de los activos financieros, es una de las herramientas más utilizada en el área financiera para determinar la tasa de retorno requerida para un cierto activo” (Academia, 2018a)

$$E(r_i) = r_f + \beta [E(r_m) - r_f] \quad \text{Ecuación 4}$$

Donde:

- “E (r_i): Tasa de rentabilidad esperada de un activo concreto
- r_f: Rentabilidad del activo sin riesgo
- Beta de un activo financiero: Medida de la sensibilidad del activo respecto a su Benchmark
- E(r_m): Tasa de rentabilidad esperada del mercado en que cotiza el activo” (Academia, 2018a).

El conocimiento de la aplicación del CAPM en el negocio ayuda a vincular linealmente la rentabilidad de cualquier activo financiero con el riesgo del mercado en el cual se desarrolla dicho activo.

2.2.17. WACC

“El costo global del capital suele conocerse como el costo de capital de la compañía o costo promedio ponderado de capital (WACC)” (Brealey, Myers y Allen, 2010, p. 490).

$$WACC = k_d * (1 - t) * \left(\frac{D}{V}\right) + k_e * \left(\frac{E}{V}\right)$$

Ecuación 5

Donde:

“K_d: Coste de la Deuda Financiera.

Ke: Coste de los Fondos Propios.

t: Impuesto de sociedades.

D: Deuda financiera.

E: Fondos propios.

V: Deuda financiera + Fondos Propios (D+E)” (Academia, 2018b).

El cálculo de la tasa mencionada anteriormente puede servir desde tres enfoques:

- activo de la compañía: tasa para descontar el flujo de caja esperado
- pasivo: costo económico para la empresa de atraer capital
- inversionista: el retorno esperado por invertir en deuda o patrimonio de la compañía.

2.3. Conclusiones del capítulo

Los encargados de proyectos inmobiliarios y propietarios de casas buscan interna como externamente un espacio de tranquilidad, relajación y de olvido de la cotidianidad, esto constituye una oportunidad para la creación del servicio de diseño, construcción y mantenimiento de jardines.

Con todas las definiciones citadas en el capítulo se tiene una base teórica en la cual basarse para el desarrollo del proyecto de servicio de diseño, construcción y mantenimiento de jardines en la zona de los valles de Cumbayá, Tumbaco y Puembo.

En el país no existen regulaciones o normativa referente a servicios de diseño, construcción y mantenimiento de jardines, lo cual es una oportunidad que se debería aprovechar antes que el mercado crezca y comiencen a normar la parte técnica, operativa y financiera de los servicios a ofertar.

En relación a las tesis puestas como referencia existe información relevante en especial en el tema de investigación de mercados que podrá ser tomada en consideración en capítulos posteriores.

Con respecto a las páginas web citadas se pudo observar que las mismas tienen información acerca de sus servicios, ubicación y trabajos realizados. En redes sociales existe poca interacción con clientes, si bien existen publicaciones periódicas no existen campañas en redes simplemente se utilizan para cargar fotos de sus trabajos realizados.

En relación al tipo de investigación a realizar una vez analizado los tipos de investigación en este capítulo, el proyecto determina realizar una investigación mixta, usando para la cualitativa la entrevista a dos dueños de negocios similares en la parroquia de Nayón que nos proporcionen precios de servicios a ofertar, inversión realizada, manejo de clientes, competencia a ser utilizada en el marketing mix (Ver Anexo 7).

- Mónica Silva Propietaria de Vivero Silva
- Iván Chango Propietario de IAplant

Para la investigación se usará una encuesta cuantitativa probabilística para determinar diferentes variables que nos permitan mejorar las estrategias sobre nuestro mercado objetivo (Ver Anexo 8).

3. CAPÍTULO 3: ESTRATEGIA GENÉRICA Y DE MERCADO

3.1. Naturaleza y Filosofía del Negocio

La empresa desarrollará sus actividades en la producción y comercialización de plantas ornamentales para brindar el servicio de diseño, construcción y mantenimiento de jardines.

La filosofía de Jardines DyL se fundamentará en los siguientes aspectos:

- Cliente: convertir la idea de jardín en una obra concreta.
- Equipo de Trabajo: personas que combinarán la experiencia con las ganas de conseguir objetivos empresariales.
- Producto/Servicio: brindar el mayor esfuerzo para hacer el producto/servicio recomendable.
- Maquinaria: invertir en instrumentos de trabajo que reduzcan los tiempos y mejoren la calidad del servicio.
- Ambiente: contar con viveros en los cuales los clientes puedan dejar volar sus ideas de jardines.

3.2. Estilo Corporativo, Imagen

La empresa Jardines DyL busca convertir sus ideas de jardines en obras concretas siendo ese socio estratégico para hacer de ese espacio en su hogar un lugar mágico.



Figura 4. Logotipo Empresarial

En el logotipo predomina el símbolo de un foco representado las ideas a plasmar, con la figura de una planta naciendo sobre una mano que simboliza que los jardines estarán al alcance de las manos trabajadoras del personal de la empresa y finalmente el nombre de la empresa en color verde tan peculiar en las plantas.

3.3. Enfoque Social, impacto en la comunidad

El proyecto se enfoca en tres aristas para el impacto en la comunidad: empleo, fomentar oficios y experiencia de los clientes.

- Al desarrollarse el proyecto en la parroquia rural de Nayón se va a fomentar la generación de empleo en la comunidad tanto directa como indirectamente.
- Darle fomento a un oficio tradicional de la población de Nayón para que pueda ser reconocido como material intangible de una población y contar con la debida atención del sector público vía capacitación o promoción de las diferentes instituciones que tendrían relación como son: Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón, Junta Nacional de Defensa del Artesano, Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Ser ese socio generador de conciencia ambiental dentro del hogar del cliente, haciéndole ver en primer contacto que tomarán el área comercial de los beneficios ambientales de jardines en los hogares, dándole un servicio de acorde a sus expectativas.

3.4. Misión y Visión

Misión: Jardines DyL se crea para cultivar plantas ornamentales que mediante hábiles manos se constituyan en hermosos jardines a satisfacción del cliente.

Visión: Para el 2023, ser un negocio reconocido por las empresas constructoras e inmobiliarias para poder competir en el mercado de servicios de diseño, construcción y mantenimiento de jardines existente en la ciudad de Quito.

3.5. Objetivos de crecimiento y financieros

3.5.1. Objetivos de crecimiento

El emprendimiento buscará desde su primer año hasta el quinto tener un crecimiento moderado del 5% sobre la cantidad requerida para alcanzar su punto de equilibrio.

3.5.2. Objetivos financieros

Generar durante los primeros cinco años de vida del emprendimiento una tasa interna de retorno de al menos el 20% con la prestación de los servicios.

3.6. Información Legal

3.6.1. Tipo de empresa

Persona Jurídica, Compañía Anónima

3.6.2. Estado legal actual o para constitución

No constituida

3.6.3. Legislación vigente

3.6.3.1. Superintendencia de Compañías

“Es el organismo técnico, autónomo, que vigila y controla la organización, actividades y funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías en las circunstancias y condiciones establecidas en la Ley de Compañías” (Superintendencia de Compañías, 2014)

De acuerdo al Art.1 de la Ley de Compañías con fecha de última modificación 20 de mayo del 2014, determina que el contrato de compañía “es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades” (Superintendencia de Compañías, 2014).

Según el Art. 2 de la misma ley permite la creación de:

- “La compañía en nombre colectivo;

- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta” (Superintendencia de Compañías, 2014)

Se escoge la opción de Compañía Anónima por las siguientes ventajas:

- La compañía anónima es absoluta y libremente negociable.
- La compañía anónima requiere mínimo de dos socios para su constitución y no tiene límite accionistas.
- En la compañía anónima se tiene la obligatoriedad de un organismo interno de fiscalización como comisario.
- Para la junta general de socios se debe realizar mediante prensa escrita.
- Los accionistas solo responden por el monto de sus acciones.

Para la correcta creación de la compañía ver Anexo 1 Guía de Usuario.

3.6.3.2. Servicio de Rentas Internas

El Servicio de Rentas Internas es el ente rector en materia de impuestos por las distintas actividades desarrolladas en el país, por lo cual se considera necesario conocer que exige dicha institución para el debido cumplimiento del emprendimiento y evitar sanciones impositivas.

Para el inicio de actividades empresariales el SRI dispone cinco pasos a cumplir:

- Elección Tipo de Contribuyente: definir entre Personas Naturales o Sociedades, que para el emprendimiento sería Sociedad (Servicio Rentas Internas, 2018a).
- Inscripción en el RUC:

RUC (Registro Único de Contribuyentes): “instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos” (Servicio Rentas Internas, 2018a).

Para el proyecto el RUC lo asigna el SRI al ser una sociedad.

- Emisión de Comprobantes: “La emisión de comprobantes de venta le permite respaldar las transacciones que realiza el negocio, por lo cual es importante que se conozca los tipos de comprobantes que puede emitir dependiendo del tipo de negocio que se ha iniciado” (Servicio Rentas Internas, 2018a).
En el proyecto se manejarán facturas que sustentarán las actividades desarrolladas.
- Declaración de Impuestos: “Las declaraciones se realizan de acuerdo al tipo de negocio y tipo de contribuyente, lo importante es que se encuentre al día en las obligaciones”. (Servicio Rentas Internas, 2018a).

En el caso del proyecto se tiene que presentar inicialmente declaraciones mensuales de Impuesto al Valor Agregado y Declaración Anual de Impuesto Renta de acuerdo al noveno dígito del RUC

- Pago de Impuestos: para pago de las obligaciones tributarias el SRI pone a disposición varios canales de pago como: convenio de débito, tarjeta de crédito, instituciones financieras. (Servicio Rentas Internas, 2018b).

En el caso del emprendimiento se utilizará el convenio de débito que evita traslados y pérdida de tiempo.

3.6.3.3. Superintendencia del Control de Poder de Mercado

Controla el correcto funcionamiento de los mercados, previniendo el abuso de poder de mercado de los operadores económicos nacionales y extranjeros y todas aquellas prácticas contrarias a la competencia que vayan en perjuicio de los consumidores, promoviendo la eficiencia en los mercados, el comercio justo y contribuyendo al bienestar general de los consumidores y usuarios” (Superintendencia del Control de Poder de Mercado, 2018).

Al ser un negocio nuevo se puede requerir de acudir a esta entidad con la finalidad de:

- Promover la competencia
- Prevenir, controlar y disminuir el abuso de poder de mercado

- Controlar las prácticas desleales en el mercado

3.6.3.4. Gobierno Autónomo Descentralizado de Quito

Debido a que las actividades se desarrollarán en la ciudad de Quito, el proyecto tendrá tres campos en los cuales relacionarse con la municipalidad:

- Patente: dado que es un impuesto que pagan todas las personas naturales o jurídicas que tienen una actividad económica en el Distrito Metropolitano de Quito (Gobierno Autónomo Descentralizado de Quito, 2004) Ver Anexo 2.
- Impuesto Predial: al ser un tributo de carácter directo que graba a la propiedad de los bienes inmuebles ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito, al proyecto le compete el pago por el terreno en la parroquia de Nayón de acuerdo a los plazos de pago (Gobierno Autónomo Descentralizado de Quito, 2011) Ver Anexo 3.
- LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas): la licencia que autoriza desarrollar actividad económica en un establecimiento (Gobierno Autónomo Descentralizado de Quito, 2010).

3.6.3.5. Normativa Ambiental

De acuerdo a la Secretaria de Ambiente de Quito en relación a normativa ambiental el emprendimiento deberá cumplir con:

- “Acuerdo Ministerial Nro. 006 del Ministerio del Ambiente publicado en la Edición Especial del Registro Oficial No. 128 del 29 de abril de 2014, que refiere sobre la reforma al Título I y IV del Libro VI del Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente” (Ministerio del Ambiente, 2014).
- “El Art. II.380.1 de la Ordenanza Metropolitana No. 404 establece que el Subsistema de Evaluación de Impactos Ambientales y Control Ambiental del Distrito Metropolitano de Quito se ajusta a las políticas ambientales

nacionales emitidas por el Ministerio de Ambiente” (Secretaria de Ambiente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013).

- “Resolución de Acreditación No. 001 del 6 de enero del 2014 y No. 045 del 18 de febrero del 2014, emitidas por el Ministerio del Ambiente” (Secretaria de Ambiente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, enero 2014).

Para el cumplimiento de la normativa anteriormente detallada el usuario debe obtener el permiso o licencia ambiental para lo cual se registrará en la página www.ambiente.gob.ec en la sección Regularización Ambiental y después deberá categorizarse de acuerdo a la actividad, obra o proyecto, en función del impacto y riesgo ambiental.

Además, las actividades relacionadas con el diseño, construcción y mantenimiento de jardines y el cultivo de plantas ornamentales se podrían incluir en la Ordenanza Metropolitana No. 0308 en Prácticas Ambientales del Sector Agropecuario en temas de Gestión de Residuos y Gestión de Riesgos.

3.6.4. Gastos de Constitución

Los únicos valores que se tiene que incurrir son los determinados en el artículo No. 42 y 48 de la Resolución 010-2015 del Pleno del Consejo de la Judicatura, Art. 4 de la resolución No. 002-NG-DINARDAP y el capital mínimo a pagar (25%).

- Art.42 Constitución de Sociedades:

Tabla 7.

Tasas y Tarifas Notariales Constitución Empresa

Desde (Dólares)	Hasta (Dólares)	Salario Básico Unificado
0.00	800.00	0.30%
801.00	2000.00	0.40%
2001.00	5000.00	0.45%
5001.00	10000.00	0.60%
10001.00	25000.00	0.75%
25001.00	50000.00	0.90%
Porcentaje de Acuerdo a la Cuantía		
50001.00	En adelante	0.80%

Tomado de (Consejo de la Judicatura, 2015).

- “Art. 48. Actos, contratos y diligencias notariales con cuantía indeterminada: Por el reconocimiento de firmas en un contrato, se debe cancelar el 3% del Salario Básico Unificado” (Consejo de la Judicatura, 2015).
- “Art. 4 Tabla de Aranceles: Inscripción de Trámites realizados por las compañías \$25.00” (Dinardap, 2016)

Tabla 8.

Gastos de Constitución a Pagar

Descripción	Monto (Dólares)
Valor Notario	240.00
Reconocimiento Firmas Gerente y Presidente (12.97 * 2)	25.94
Registro Mercantil	25.00
Capital Mínimo Pagado 25%	800.00
TOTAL	1090.94

3.6.5. Normas o Política de distribución de utilidades

De acuerdo al Art.5 del Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2018-0065 se establece que la participación de los trabajadores será del 15% distribuido de la siguiente manera: (Ministerio del Trabajo, 2018)

- 10% entre todos los trabajadores y ex trabajadores; y
- 5% se entregará a los trabajadores y ex trabajadores en proporción a sus cargas familiares.

3.6.6. Capital social, socios participantes.

El capital social inicial será el mínimo que nos permite la Ley de Compañías que es de \$800,00 con 800 acciones de \$1 cada una.

Tabla 9.

Capital Social Jardines DyL S.A.

Socios	Capital Suscrito	Capital Pagado	Participación
Socio 1	\$ 600,00	\$ 600,00	75,00%
Socio 2	\$ 200,00	\$ 200,00	25,00%
TOTAL	\$ 800,00	\$ 800,00	100,00%

3.7. Estructura Organizacional

3.7.3. Descripción detallada de los integrantes y sus responsabilidades

Los integrantes de la compañía constituirán una estructura básica y serán los siguientes:

- Junta General de Accionistas: socios que integran la compañía, toman decisiones económicas para el correcto desarrollo del negocio.
- Presidente: socio quien preside las sesiones de la Junta General de Accionistas.
- Gerente General: representante legal de la empresa ante las entidades de control y el encargado de todas las operaciones de la compañía.
- Jefe Diseño: profesional en la rama de Diseño de Interiores que será el encargado de la asesoría y diseño de los jardines, que en un inicio trabajará bajo honorarios.
- Jefe de Construcción y Mantenimiento: encargado controlar la producción de la materia prima, llevar a cabo los mantenimientos programados y llevar a la obra los diseños elaborados.
- Jefe Financiero y Marketing: para el inicio de la compañía será el mismo Gerente General quien cumpla las tareas de registro contable, declaraciones, estados financieros, análisis financiero.

En lo referente al marketing serán el Gerente General, Jefe de Diseño y Jefe de Producción los encargados de diseñar las estrategias de marketing para ganar y mantener clientes; así como de innovar los servicios que se oferta.

- Asistente de Construcción y Mantenimiento: encargado de las tareas diarias en el vivero y ejecución de la construcción de jardines.

3.7.4. Gobierno Corporativo

Al ser un proyecto inicialmente pequeño la toma de decisiones de la compañía será consensuada y que en base a las normas, principios y procedimientos de convivencia interna en la compañía se articule:

- Decisiones que generen valor a la compañía
- Establecer mecanismos de control para la dirección
- Cumplimiento de normativa vigente
- Fomento de relaciones entre los órganos de la compañía

3.7.5. Organigrama

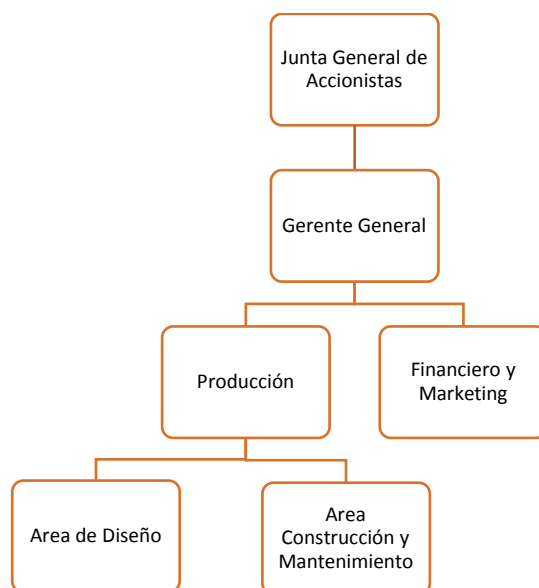


Figura 5. Organigrama Empresarial

3.7.6. Justificación de la estructura organizacional elegida.

La estructura planteada se basa en las actividades básicas necesarias para cubrir con los servicios que la empresa tendrá en un inicio, de acuerdo al incremento de las actividades la compañía irá reclutando personal adicional para cumplir con sus obligaciones.

3.8. Ubicación

Tabla 10.

Macro - Localización

PAIS	Ecuador
PROVINCIA	Pichincha
CANTÓN	Quito
PARROQUIA	Nayón



Figura 6. Macro Localización. Tomada de (Google Maps, 2018).

Tabla 11

Micro - Localización

Sector	Nororiente de Quito
Parroquia	Nayón
Dirección	Calle Pichincha y Jaime Roldos Aguilera

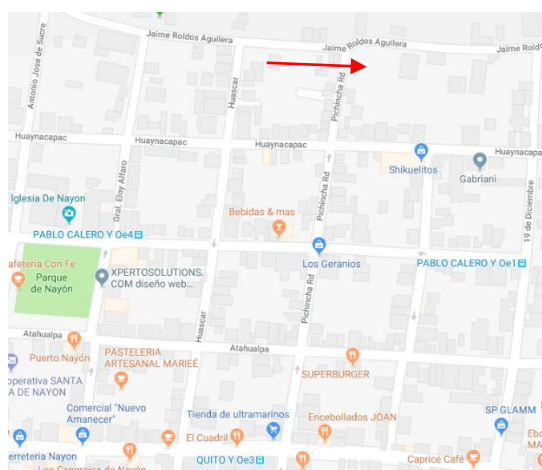


Figura 7. Micro Localización. Tomada de (Google Maps, 2018).

3.9. Lugar donde se ubicará el proyecto, y ¿por qué?

Como se determinó, la compañía tendrá su ubicación en las calles Pichincha y Jaime Roldos Aguilera de la parroquia de Nayón, esto debido a la disponibilidad

de un terreno de 1200 m² de uno de los socios que ayuda a la construcción en un inicio de un vivero y la proyección de hasta tres viveros, además de poder construir una bodega para la maquinaria sin dejar de mencionar que es una población que se dedica a mantener viveros para las personas que van en busca de plantas ornamentales.

3.10. Subsidiarias

El emprendimiento en un inicio no contará con sucursales, pero como objetivo a mediano plazo es decir después del quinto año se buscará la apertura de un local en la zona de influencia del proyecto.

3.11. Análisis de la Industria

3.11.1. Entorno Macroeconómico y Político

Como el servicio que se va ofertar es a nivel local se debe tener en cuenta los principales índices macroeconómicos para tener una idea del ambiente en el cual se va desarrollar el emprendimiento.

3.11.1.1 Producto Interno Bruto

La Economía del país ha registrado un crecimiento como se puede apreciar en la Figura 8 desde el primer trimestre del 2016 hasta el tercer trimestre del 2017 que principalmente se debió al aumento del Gasto del Consumo Final de los Hogares, Gasto de Consumo Final del Gobierno General y las exportaciones. La tendencia se muestra a la baja a partir del primer trimestre del 2018 por lo cual no se espera buenos escenarios en un futuro.

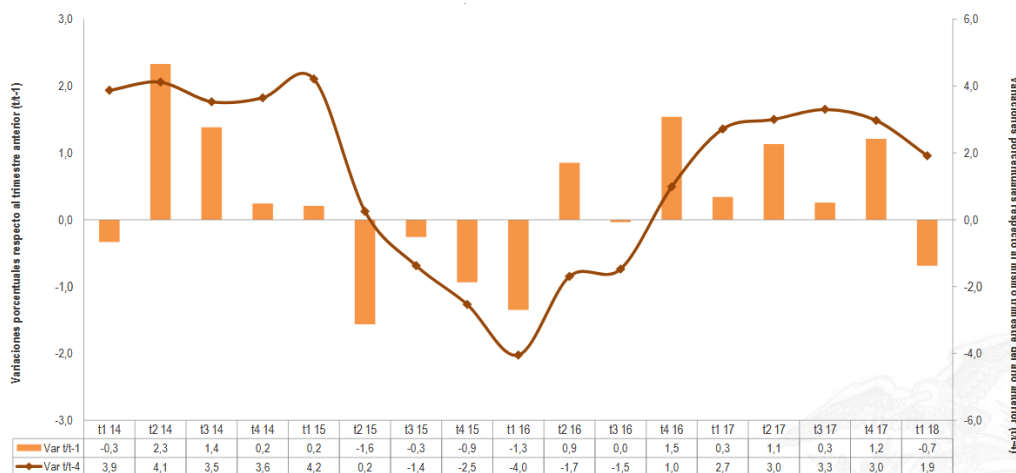


Figura 8. Producto Interno Bruto. Tomado de (Banco Central del Ecuador, 2018c, Pag.5).

3.11.1.2 Inflación

Aunque técnicamente se podría decir que el país se encuentra en deflación debido al descenso generalizado y constante de precios, lo que está viviendo el país es un ajuste de precios hasta un nivel de equilibrio después de una década de excesivo gasto público, este proceso se vive desde el 2016 como se observa en la Figura 9.

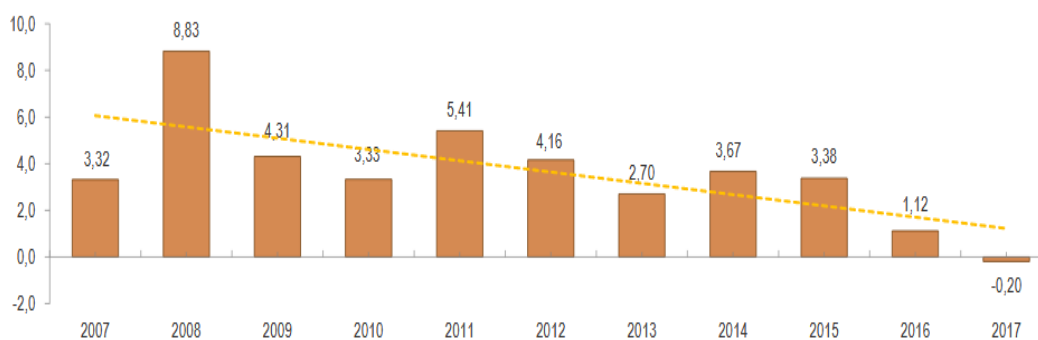


Figura 9. Inflación Anual del IPC. Tomado de (Banco Central del Ecuador, 2018c, Pag.24).

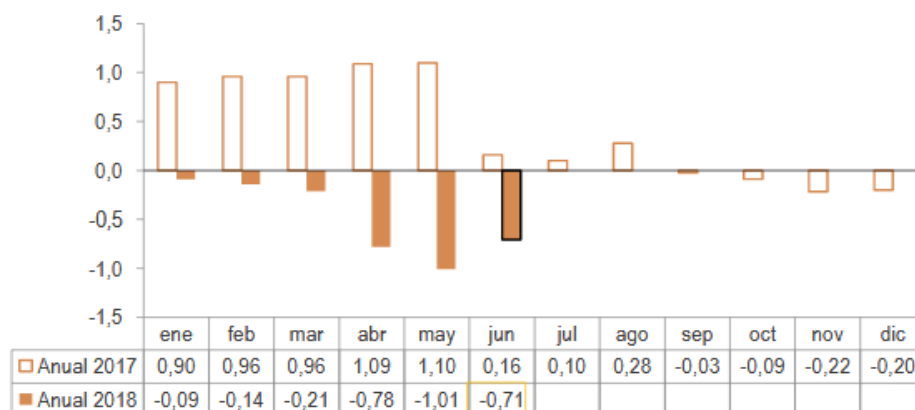


Figura 10. Inflación Anual del IPC 2017-2018. Tomado de (Banco Central del Ecuador, 2018c, Pag.25).

Tabla 12.

Inflación Ecuador

AÑO	MES	INFLACION ANUAL
2016	Enero	3,09
	Febrero	2,6
	Marzo	2,32
	Abril	1,78
	Mayo	1,63
	Junio	1,59
	Julio	1,58
	Agosto	1,42
	Septiembre	1,3
	Octubre	1,31
	Noviembre	1,05
	Diciembre	1,12
2017	Enero	0,9
	Febrero	0,96
	Marzo	0,96
	Abril	1,09
	Mayo	1,1
	Junio	0,16
	Julio	0,1
	Agosto	0,28
	Septiembre	-0,03
	Octubre	-0,09
	Noviembre	-0,22
	Diciembre	-0,2
2018	Enero	-0,09
	Febrero	-0,14
	Marzo	-0,21
	Abril	-0,78
	Mayo	-1,01
	Junio	-0,71
	Julio	-0,57
PROMEDIO	0,72%	

Tomado de (Banco Central del Ecuador, 2018b)

3.11.1.3 Precio Barril Petróleo

El West Texas Intermediate (WTI) precio referencial de crudo a nivel internacional ha tenido un incremento pasando de 31.5 USD en enero del 2016 a 69.9 USD a mayo del 2018, la tendencia sigue al alza por lo cual el país tendrá mejores ingresos por exportaciones petroleras.

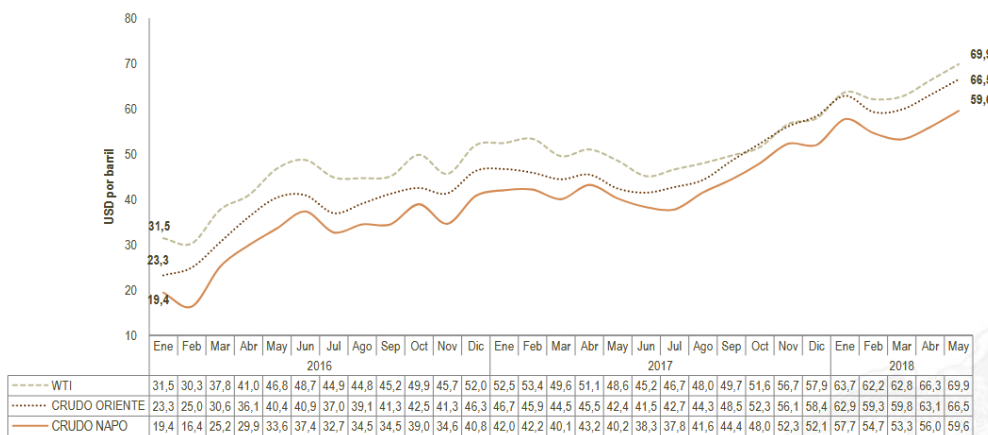


Figura 11. Precios de los Crudos Napo, Oriente, WTI. Tomado de (Banco Central del Ecuador, 2018c, Pag.17).

3.11.1.4 Tasas de Interés Vigentes

Debido a que el proyecto puede requerir financiamiento de la Banca, conocer las tasas de interés constituye información valedera para la toma de decisiones. En el Figura 12 se observa las tasas referenciales y máximas por segmento de mercado.

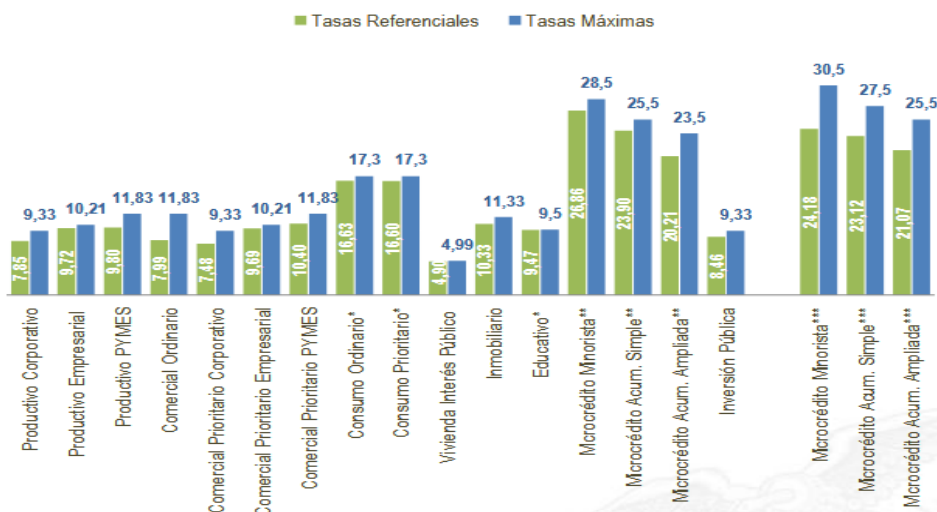


Figura 12. Tasas de Interés. Tomado de (Banco Central del Ecuador, 2018c, Pag.94).

3.11.1.5 Empleo

Como se puede observar en el Figura 13 si bien el Desempleo se ha mantenido en un promedio de 5%, existen dos variaciones que se deben puntualizar como la disminución del porcentaje de la población económicamente activa con un trabajo adecuado pasando de 57.9% en el 2014 a 47.6% en la primera mitad del año del 2018. En la misma figura también se puede observar como el subempleo va ganando margen pasando de un 10.6% del 2014 al 18.4% en el 2018, lo que da una perspectiva del mercado laboral en un futuro.

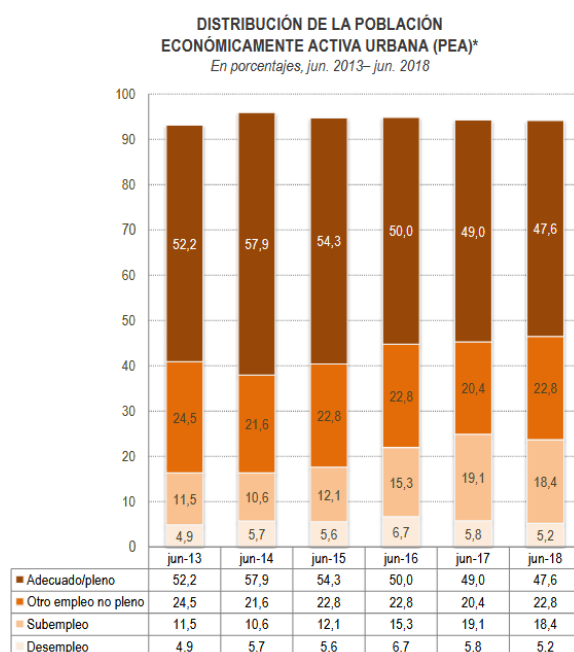


Figura 13. Estructura Mercado Laboral Ecuatoriano Urbano. Tomado de (Banco Central del Ecuador, 2018c, Pag.29).

Los indicadores macro económicos indican la situación actual y una proyección económica del país en el cual se va desarrollar el proyecto, que deberá ser considerada para tomar mejores decisiones ante situaciones de incertidumbre que puedan afectar a la implementación del proyecto.

3.11.1.6 Político

“Según explicó el historiador y analista político Juan Paz y Miño, en entrevista con RT, el nuevo mandatario inició con su llegada la

"descorreización [romper con lo que fuera el gobierno de Correa] del Estado y de la sociedad, que es un planteamiento de la derecha política del Ecuador" (RT, Mayo 2018).

Al poco tiempo de la toma de posesión, el presidente Lenin Moreno apertura el Diálogo Nacional con políticos y empresarios no afines al gobierno de Alianza País, invitándoles a participar de manera más activa en el desarrollo del país (RT, Mayo 2018).

"Después de 10 meses de mandato, Moreno presentó en abril pasado su Programa Económico de Estabilización Fiscal y Reactivación Productiva, que está centrado en cuatro ejes: Estabilidad y equilibrio fiscal, reestructuración y optimización del Estado, equilibrio del sector externo y sostenibilidad de la dolarización y reactivación productiva" (RT, Mayo 2018).

3.11.1.7 Análisis PESTEL

<p style="text-align: center;">Político</p> <p>El 18 de abril Lenin Moreno fue elegido como presidente, desde aquel día cambio el tono de su antecesor abriendo las puertas del diálogo con todos los sectores de oposición, cuyo resultado en uno de sus puntos fue la eliminación de la ley de plusvalía que ha provocado un impacto positivo en el sector de la construcción que directamente se relaciona con el proyecto.</p> <p>CONCLUSIÓN: para el proyecto genera una oportunidad de crecimiento.</p>	<p style="text-align: center;">Económico</p> <p>En el aspecto económico el proyecto tendría que tener en cuenta que:</p> <p>El Banco Central del Ecuador espera que la economía crezca un 2% apalancada en mayores inversiones del sector privado.</p> <p style="text-align: center;">Dar legitimidad al dinero electrónico.</p> <p>Fomentar las exportaciones y generar acuerdos comerciales.</p> <p style="text-align: center;">Reducir el déficit fiscal.</p> <p>Redireccionar la deuda, consiguiendo recursos en mejores condiciones.</p> <p>CONCLUSIÓN: puede representar una amenaza media porque la reducción del estado afecta en parte al sector privado que son los que suministran los productos y servicios y por ende se traslada al consumo de los servicios del proyecto.</p>
<p style="text-align: center;">Social</p> <p>Las medidas económicas a implementar por el gobierno podrían afectar los ingresos de las familias en la zona de influencia del proyecto y traducirse en un cambio del patrón de consumo.</p> <p>CONCLUSIÓN: Puede constituirse en una amenaza leve dado que el mercado al cual se enfoca el proyecto es de clase media alta.</p>	<p style="text-align: center;">Tecnológico</p> <p>La innovación para el proyecto iría más en el ámbito de servicios complementarios como jardines verticales, riego por goteo, uso de materiales reciclables. Además que el servicio del proyecto no requiere de equipo sofisticado.</p> <p>CONCLUSIÓN: SE transforma en una oportunidad de ir extendiendo los servicios.</p>
<p style="text-align: center;">Ambiental</p> <p>La constitución del proyecto es de beneficio para el medio ambiente, incluso podríamos apalancar la imagen del emprendimiento para fomentar la responsabilidad social, y aún cuando no se genere inconvenientes al ecosistema se debe cumplir con la normativa ambiental aplicable.</p> <p>CONCLUSIÓN: aprovechar la oportunidad de la imagen ambiental para ganar mercado</p>	<p style="text-align: center;">Legal</p> <p>En la parte normativa el proyecto deberá cumplir en los siguientes aspectos:</p> <p>SOCIETARIO: cumplir la Ley de Compañías para la creación.</p> <p>IMPOSITIVO: acatar la Ley de Orgánica de Régimen Tributario Interno para el desarrollo de actividades.</p> <p>FUNCIONAMIENTO: cumplir con patentes, licencias, impuestos que permitan el normal funcionamiento del proyecto.</p> <p>AMBIENTAL: cumplir la normativa tanto de la Secretaría de Ambiente del Municipio de Quito como del Ministerio de Ambiente del Ecuador.</p> <p>CONCLUSIÓN: mientras se cumplan con toda la normativa no existirá amenaza.</p>

Figura 14. PESTEL

3.11.2 Análisis del Sector

¿En qué sector se ubica? (producción, servicios, distribución).

El emprendimiento se ubicará en el sector de Actividades Servicios Administrativos y de Apoyo, de acuerdo a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU Revisión 4.0) que se puede descargar en la página de la Superintendencia de Compañías se tiene la siguiente descripción:

Tabla 13.
CIIU Proyecto

CLASIFICACIÓN NACIONAL DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (CIIU Revisión 4.0)		
CODIGO	DESCRIPCION	NIVEL
N8130.11	Plantación, cuidado y mantenimiento de parques y jardines para: viviendas con jardín de uso privado o comunitario, edificios públicos y semipúblicos (hospitales, escuelas, edificios administrativos, iglesias, etcétera), edificios industriales y comerciales.	6

Tomado de (Superintendencia de Compañías, 2018).

3.11.2.1. Tamaño de la Industria

3.11.2.1.1 Tasa de crecimiento

El proyecto a desarrollar se encuentra en la industria de la Construcción, el cual ha sufrido una variación negativa de -0.4% en comparación al año 2017 de acuerdo a la Figura 13, y una tasa promedio de crecimiento promedio del 4.1% desde el año 2007.



Figura 15. Tasas de Variación del VAB por Industria. Tomado de (Banco Central del Ecuador, 2018c, Pag.11).

Tabla 14.
Variación PIB Sector de la Construcción

AÑO	VARACIÓN ANUAL
2008	8,8
2009	2,8
2010	3,4
2011	17,6
2012	12,2
2013	7,4
2014	4,7
2015	-0,8
2016	-5,2
2017	-5,9
2018	-0,4
PROMEDIO	4,1

Adaptado de (Banco Central del Ecuador, 2018a)

3.11.2.1.2 Volumen, porcentaje respecto al PIB.

De acuerdo al Anexo 4 Producto Interno Bruto por Industria se procedió a tomar solamente los datos de Construcción (Industria del emprendimiento) para analizar el comportamiento de la industria respecto al PIB tanto en valor absoluto como porcentual.

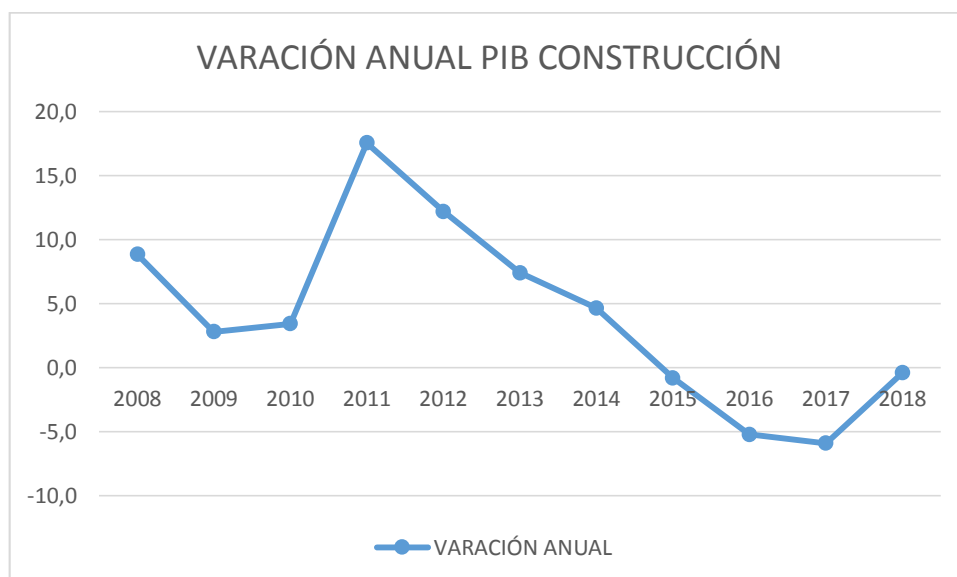


Figura 16. Variación Anual PIB Construcción – Porcentual. Adaptado de (Banco Central del Ecuador, 2018a).

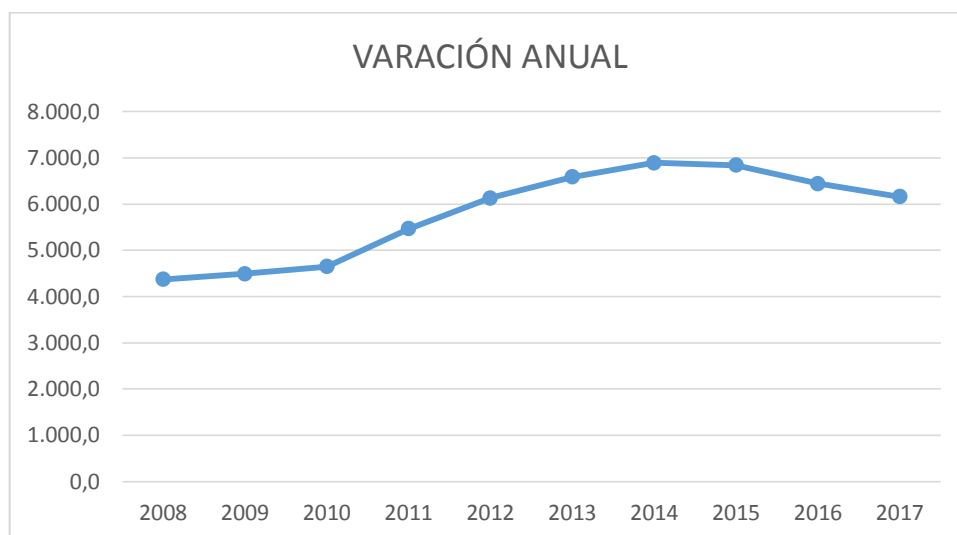


Figura 17. Variación Anual PIB Construcción – Nominal. Adaptado de (Banco Central del Ecuador, 2018a).

Se puede observar un crecimiento en el mercado de la Construcción del cual depende los servicios a ofertar por el emprendimiento, nos presenta una perspectiva de recuperación y crecimiento para los próximos años que por ende se traducirá en la consecución de los objetivos de crecimiento planteados.

3.11.2.2. Ciclos Económicos

¿Es un producto o servicio de estacionalidad?

Tanto la materia prima (plantas ornamentales) como el servicio de mantenimiento no son estacionales, se los puede producir y prestar los 365 días del año.

¿Qué lo afecta?

En parte el servicio de mantenimiento podría verse afectado por el invierno en el que se pueden presentar retrasos en la construcción de los jardines que en su mayoría son en lugares abiertos.

¿De qué manera las políticas económicas afectan a su negocio?

Al manejar tanto un producto como servicio que no son de necesidad primaria, cualquier política económica que restrinja el poder adquisitivo en una familia afecta el emprendimiento porque bajaría el nivel de ventas.

Fuerzas de Porter

La revisión de las 5 fuerzas de Porter se va aplicar posteriormente en la sección de análisis de la competencia. Ver sección 3.11.4 Análisis de la Competencia.

3.11.3 Análisis del Mercado

3.11.3.1 Estimación del mercado potencial

Mercado Potencial: “conjunto de consumidores que tienen un interés elevado por la oferta de mercado, sin embargo, el interés no es bastante para definir el mercado a menos que tenga el ingreso y acceso al producto o servicio” (Kotler y Keller, 2012, p.85).

Para el proyecto se accedió a una base de Licencias Urbanísticas Municipales que todo ciudadano puede tener acceso mediante la presentación de un formato de solicitud de acceso a documentos (Ver Anexo 5).

De acuerdo a la conversación mantenida con la persona del municipio para la obtención de la base cabe aclarar ciertos aspectos.

La licencia es el requisito previo para poder iniciar cualquier tipo de construcción (vivienda, industrias, colegios, hoteles, etc) en el Distrito Metropolitano de Quito.

Todas las licencias de la base cuentan con su respectivo permiso de construcción que es el documento habilitante para inicio de trabajos de construcción, dicho documento es válido por dos años, y que en caso de caducarse se debe renovar.

La base proporcionada no cuenta con licencias renovadas y dado que un 83% de las licencias están entre 2014 y 2017 se puede pronosticar que la mayoría de construcciones se encuentran en una etapa avanzada de obra o totalmente terminadas a la fecha del estudio de mercado agosto 2018.

Tabla 15.
Licencias Mercado Potencial por Año

Año	Numero Licencias	Porcentaje
2014	77	9%
2015	176	22%
2016	200	24%
2017	225	28%
2018	140	17%
TOTAL	818	100%

Adaptado de (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2018).

La determinación del estado de la construcción será validada en la encuesta a realizarse. En el caso de tener casas dentro de la muestra a encuestarse, la misma se realizará al dueño de la casa tanto para ofrecer diseños como mantenimientos de jardinería, dependiendo del estado de la construcción.

En el caso de conjuntos habitacionales, si la construcción se encuentra en proceso la encuesta se realizará a la empresa constructora o contratista para ofertar tanto diseños como mantenimiento y si la construcción se encuentra terminada la encuesta será aplicada a la administración del conjunto para ofertar mantenimientos de las áreas verdes.

La base proporcionada es del 01 de enero del 2014 hasta el 8 de agosto del 2018 de las parroquias de Cumbayá, Tumbaco y Puembo la cual consta de 818 licencias de construcciones nuevas que podrían tener el interés de contar con el servicio de diseño, construcción y mantenimiento de jardines, se dejó de lado las licencias por ampliaciones o modificaciones por cuanto no constituyen inmuebles nuevos.

3.11.3.2 Mercado Objetivo: “parte del mercado calificado a la que la empresa decide atender”. (Kotler y Keller, 2012, p.85).

El emprendimiento Jardines DyL se concentrará en las licencias urbanísticas municipales del Distrito Metropolitano de Quito de las parroquias rurales de

Cumbayá, Tumbaco y Puembo destinado exclusivamente a hogares en las cuales se pueda ofertar el servicio.

Para lo mencionado la base licencias urbanísticas municipales del Distrito Metropolitano de Quito que contiene 818 licencias se la filtra por detalle de trámite y nos arroja un mercado meta de 536 licencias destinadas para vivienda entre casas y conjuntos habitacionales.

3.11.3.3 Justificación del mercado objetivo

El mercado meta ha sido determinado por las licencias urbanísticas municipales de Quito de las parroquias rurales de Cumbayá, Tumbaco y Puembo que constituyan, como tal, construcciones nuevas y que son exclusivamente destinadas a vivienda entre las cuales se puede encontrar casas y conjuntos habitacionales. En el desarrollo del proyecto se validará la suficiencia del mercado objetivo para la obtención de los niveles mínimos de ingresos que el proyecto requerirá de acuerdo al punto de equilibrio que se determinará posteriormente.

Cabe señalar que dentro del mercado meta existen casas y conjuntos habitacionales es decir no necesariamente una licencia constituye un solo inmueble como mercado meta.

Razones por las cuales pueden estar interesadas en el servicio:

- De la base proporcionada más del 68% corresponden a construcciones con áreas superiores a los 400m², y en todas poseen espacios adicionales al de la construcción que podrían ser destinados a áreas verdes.

Tabla 16.
Áreas Construcción Mercado Meta

Área Construcción	Numero Licencias	Porcentaje
de 100 a 200 m2	37	7%
de 201 a 300 m2	63	12%
de 301 a 400 m2	71	13%
de 401 a 500m2	111	21%
de 501 a 600m2	37	7%
de 601 a 700m2	36	7%
de 701 a 800m2	23	4%
de 801 a 900m2	26	5%
de 901 a 1000m2	22	4%
de 1001 a 2000m2	45	8%
de 2001 a 3000m2	29	5%
de 3001 a 4000m2	13	2%
de 4001 a 5000m2	14	3%
de 5001 en adelante	9	2%
TOTAL	536	100%

Tomado de (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2018).

- Las personas o familias que acceden a una licencia urbanística municipal estarían en la capacidad financiera de afrontar el servicio a ofertar dado que son dueños que llevan un proceso formal de construcción con planos elaborados por arquitectos y construcciones llevadas a cabo por ingenieros, es decir cuentan con ingresos para afrontar servicios profesionales más aún si se observa el precio del m2 de la zona de afectación del servicio.

Para determinar el precio de la construcción de menor área dentro del mercado meta se procede a multiplicarla por el precio del m2 de la zona del valle de Cumbayá proporcionada por la Cámara de la Industria de la Construcción vía mail. (Ver Anexo 6).

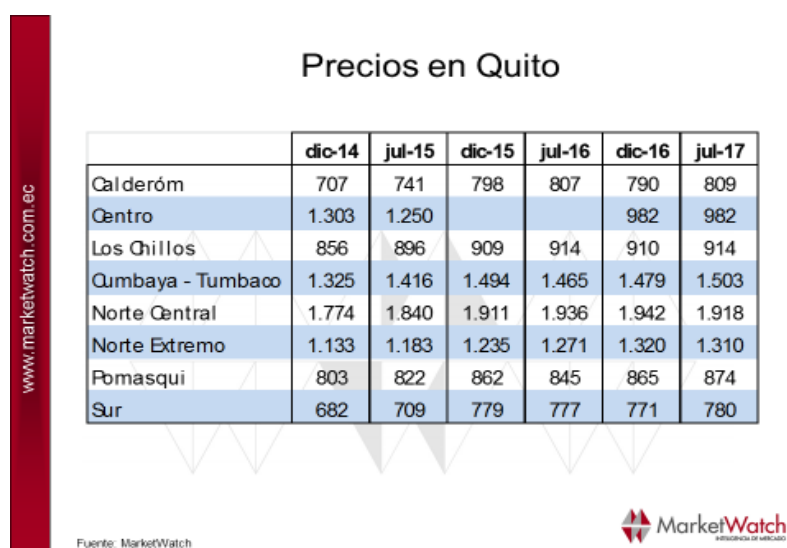


Figura 18. Precios Metro Cuadrado en Quito. Tomado de (Cámara de la Industria de la Construcción, 2017, Pag.3).

De acuerdo a la Tabla 12 Áreas de Construcción Mercado Meta la licencia urbanística municipal de menor dimensión en la base es de 100m² y de acuerdo al precio referencial de \$1503.00 por m² la propiedad tendría un costo aproximado de \$150 000.00, ratificando la plusvalía del sector al ser el segundo en precio a nivel del Distrito Metropolitano de Quito.

3.11.3.4 Estimación del segmento de mercado (tamaño y crecimiento)

Debido a que se cuenta con la base pura de las licencias urbanísticas municipales de Quito de las parroquias rurales de Cumbayá, Tumbaco y Puembo se puede determinar cómo el mercado meta ha venido comportándose en los últimos años en las poblaciones que se va ejecutar el proyecto.

Tabla 17.

Crecimiento Numero Licencias Cumbayá, Tumbaco y Puembo

Año	Numero Licencias	Variación	Crecimiento Porcentual
2014	45	-	-
2015	122	77	171%
2016	147	25	20%
2017	137	-10	-6.80%
ago-18	85	Por determinar	Por determinar

Tomado de (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2018).

Se puede ver que en el 2015 hubo un crecimiento abrupto respecto al año anterior, en el 2016 existió un aumento aunque no es la misma proporción, en el 2017 se tiene un ligero decrecimiento pero en el 2018 se espera un crecimiento basados en que casi a mitad de año que fue suministrada la base ya lleva más de la mitad de licencias presentadas en el 2017 y manteniendo esa tendencia se podría tener al final del año un crecimiento entre el 5% y 10% apoyado por la recuperación del sector de la construcción.

3.11.3.5 Resultados de la Encuesta

De acuerdo con lo analizado en el capítulo 2, el tamaño de la muestra se determina:

$N = 536$

$Z = 95\% - 1.96$

$P = 50\% \quad Q = 50\%$

$D = 5\%$

MUESTRA: Si se encuesta a 225 licencias urbanísticas municipales (casas o conjuntos habitacionales) de la base, el 95% de las veces estará dentro del intervalo $\pm 5\%$ respecto al dato que se observe en la encuesta.

Finalmente, el tipo de muestreo a aplicar será el muestreo aleatorio estratificado dado que se tiene el listado de todos los elementos de la población para distribuirlos por la parroquia de afectación del proyecto, además se utilizará una afijación proporcional es decir el peso de cada estrato dentro de la población.

1. Se tiene una muestra de 225
2. Se distribuirá en tres estratos

Tabla 18.

Peso Parroquial para Muestra

Parroquia	Numero Licencias	Peso	Muestra
Cumbayá	190	35%	79
Tumbaco	70	48%	108
Puembo	276	17%	38
TOTAL	536	100%	225

3. Se asignará un número a los integrantes de cada uno de los estratos
4. Se extraerán de la base de Licencias Urbanísticas Municipales la muestra determinada en cada estrato
5. Se usará la función de Excel aleatorio simple para determinar el inmueble específico a encuestar en cada estrato
6. Se aplicarán las encuestas a la muestra determinada y específicamente a la persona que tiene la decisión de compra de los servicios ofrecidos, en cada caso.

Los principales resultados de la encuesta realizada son los siguientes, si se desea analizar cada uno revisar Anexo 9.

- De la muestra de 225 propietarios de licencias urbanísticas se tuvo una aceptación de la encuesta del 81.78% suficiente para validar que las respuestas dadas en la encuesta son estadísticamente aceptadas con un P de 50%.
- Las licencias urbanísticas metropolitanas corresponden a departamentos, casas y conjuntos habitacionales, teniendo mayormente entre las encuestadas casas con un 71% de 184 encuestas.
- De los 184 inmuebles el 66% se encuentra terminado y el 34% en construcción, afortunadamente para el proyecto los dos tipos constituyen clientes potenciales.
- De las 184 encuestas el 61% cuenta con espacio destinado para áreas verdes y el 18% no cuenta con espacios pero se tratara de ofrecer plantas para interior. Existe un 21% que mencionó tener espacios pero que el inmueble se encuentra en construcción, mercado propicio para la oferta tanto de diseños como posterior mantenimiento.
- La encuesta determinó que mayormente los propietarios para jardinería contratan a un jardinero 42.9 %, seguido de una empresa 36.6% y por último ellos mismo realizan su propio mantenimiento 20.50%.
- Existe un gran porcentaje (70%) de los 112 propietarios de inmuebles con servicio de jardinería que se encuentran satisfechos con el servicio. El restante 30% se busca un mejor servicio por su inversión. El emprendimiento deberá buscar las estrategias adecuadas para los dos

tipos de clientes detallados anteriormente ya que constituyen nuestro mercado objetivo.

- Mayormente los propietarios de los inmuebles utilizan sus áreas verdes para: celebración eventos familiares 100%, cocina al aire libre 100%, descanso y lectura en un 54% y juegos infantiles el 46%.
- Se determinó que los propietarios de los inmuebles dan un mantenimiento a sus áreas verdes mensualmente por lo cual en el emprendimiento en un inicio no se necesitaría la contratación de personal extra.
- El interés de propietarios de inmuebles con áreas verdes es del 23% en diseños de jardines, 49% en mantenimientos y un 29% en los dos servicios a la vez.
- Dentro de las razones para escoger o cambiarse a un nuevo servicio los encuestados mencionaron como preferencias el precio con 100%, calidad del servicio 73% y promoción con el 27%, lo que indica que el precio es un factor determinante en la clase de servicio a ofertar.
- Los propietarios respondieron que mayormente tienen un aproximado de áreas verdes entre 51 y 100 m², por lo cual con 2 diseños y un aproximado de 30 inmuebles mensuales con las mismas dimensiones de espacios para mantenimiento se alcanzaría el punto de equilibrio. Estos 30 inmuebles podrían ser de clientes que se encuentren satisfechos con el proveedor actual (62 clientes) pero que se logrará adherirles al servicio del emprendimiento como de los que esperan un mejor servicio (27 clientes).
- Los propietarios de las licencias escogieron mayormente los precios de \$15 el m² de diseño y \$1.25 el m² de mantenimiento.
- Los encuestados estarían interesados en servicios complementarios como: riego por goteo, iluminación de jardines, jardines verticales y materiales reciclados que podrían brindarse como servicios post venta al diseño de jardines o como servicio a los clientes que ya cuentan con un proveedor de jardinería que se encuentren satisfechos o no, pero que no cuentan con este tipo de oferta.

- Se quería mostrar como promoción el cambio de diseños de jardines cada cierto tiempo siempre y cuando sean clientes frecuentes pero los encuestados no mostraron interés por el tema.
- Los encuestados estarían interesados en adquirir plantas ornamentales en maseteros para el interior de la casa, pero no todos quieren el servicio a domicilio por cuanto prefieren el contacto directo con el vivero. El emprendimiento deberá buscar como alternativa de ingreso la venta de plantas ornamentales aun cuando exista o no el servicio de diseño o mantenimiento de por medio.
- Finalmente, para poder ofrecer nuestros servicios o cualquier información acerca del mismo se tendrá que hacer a través de redes sociales, mail y catálogo de acuerdo a las preferencias de los encuestados.

Tabla 19.

Segmentación de la Muestra

Tipo de Muestra		Propietarios (Personas)
Muestra a ser encuestada		225
Número de respuesta a la encuesta		184
Número de Inmuebles con áreas verdes		150
Número Inmuebles (terminados) con áreas verdes	112	
Número Inmuebles (en construcción) con áreas verdes	38	
Si el proyecto se enfoca en los que tienen un servicio y podrían tener un servicio		127
Paga Jardinero	48	
Empresa Jardinería	41	
En construcción	38	
Si el proyecto se enfoca en los que tienen un servicio y no están satisfechos y los que podrían contratar un servicio		65
Espera un mejor servicio	27	
En construcción	38	

El proyecto contaría con 150 inmuebles con espacios destinados a áreas verdes, de los cuales 65 con una estrategia no tan agresiva podrían optar por los servicios del proyecto bien porque no están satisfechos con su proveedor actual o porque todavía no tienen un proveedor debido a que los inmuebles están en construcción.

A esta cifra se la puede incrementar si el emprendimiento logra atraer a más potenciales clientes (85) los que ejecutan su propio mantenimiento o de los propietarios que tienen un proveedor y se encuentran satisfechos.

Cabe señalar que estos inmuebles serían exclusivamente para servicios de diseño o mantenimientos, por fuera quedarían los servicios complementarios o venta de plantas ornamentales que el proyecto podría manejar.

3.11.4 ANALISIS DE LA COMPETENCIA:

3.11.4.1 Identificación de principales participantes y competidores

De la muestra de 225 licencias de construcciones 185 cuentan con espacios verdes de los cuales 151 contratan los servicios de una persona natural o de una empresa para sus áreas verdes, las otras 34 realizan ellas mismas el mantenimiento. Debido a que el proyecto tiene como mercado objetivo licencias de construcción terminadas como en proceso se ha determinado buscar la totalidad de competencia formal que puede existir en Quito para lo cual se accedió a la página web www.ecuadorencifras.gob.ec y se siguió el siguiente proceso para la determinación de negocios con el mismo CIU que el proyecto planteado:

- Estadísticas Empresariales
- Directorio de Empresas
- Buscar empresas, negocios con el CIU N813 Actividades de Paisajismo y Servicios de Mantenimiento Conexos
- De la base que se proporciona en Excel, se procedió a filtrar por la Provincia y Cantón
- Finalmente se tiene una base de 155 negocios en el Cantón Quito entre sociedades como personas naturales con el CIU del emprendimiento (INEC, 2017).

3.11.4.2 Análisis de empresas competidoras

De los 155 negocios competidores se van a analizar a las tres sociedades anónimas con mayor monto de ingresos para proyectar una idea de negocio de las empresas que lideran el mercado de diseño y mantenimiento de jardines.

Tabla 20.

Análisis Competidores

Empresa	Servicios	Página Web	Redes Sociales	Vivero	Total Ingresos
Jardín Express S.A.	Diseño, Riego, Mantenimiento	SI	Facebook, Instagram	SI	727519,85
Jardines Terragarden S.A.	Diseño, Mantenimiento	SI	Facebook, Instagram, Tweeter	SI	592361,26
Jardines Flor y Campo S.A.	Mantenimiento, Diseño, Campos de Futbol	SI	NO	SI	288198,32

Tomado de (Jardín Express, 2018), (Jardín Express Facebook, 2018), (Terragarden, 2018), (Terragarden Facebook, 2018), (Jardines Flor y Campo, 2018), (Superintendencia de Compañías, 2017).

La tabla determina que existen empresas dedicadas a brindar los servicios que pretende ofertar el emprendimiento con ingresos importantes y similares características como viveros propios y manejo de redes sociales. Lo mencionado hace ver que el proyecto va desarrollar un servicio rentable, en la siguiente sección se analizara el segmento al cual está destinado.

3.11.4.3 Análisis de precios de venta del servicio y de la competencia.

De las entrevistas realizadas a los propietarios de negocios similares (Ver Anexo 7) se pudo determinar que la competencia para mantenimientos maneja precios que oscilan entre \$1 y \$2 el m², y el diseño de jardines entre \$15 y \$20 el m². El proyecto va a manejar el rango menor de precios para darse a conocer en el mercado teniendo un precio de \$1.25 por el m² de mantenimiento de jardines y de \$15 dólares el m² de diseños de jardines, precios que serían aceptados por un 80% de posibles clientes de mantenimientos y 88% en diseños de jardines de acuerdo a las preguntas 11 y 12 planteadas en la encuesta realizada.

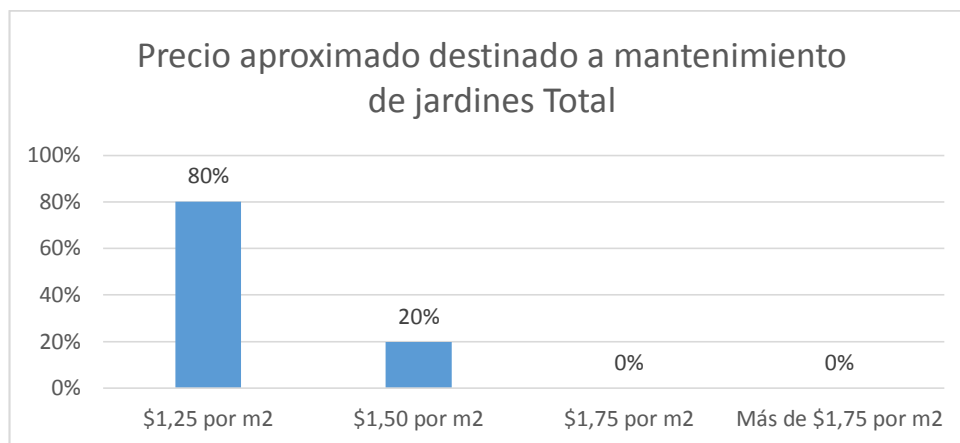


Figura 19. Precio Promedio Servicio Mantenimiento. Adaptado de (Investigación de Mercado – Encuesta).

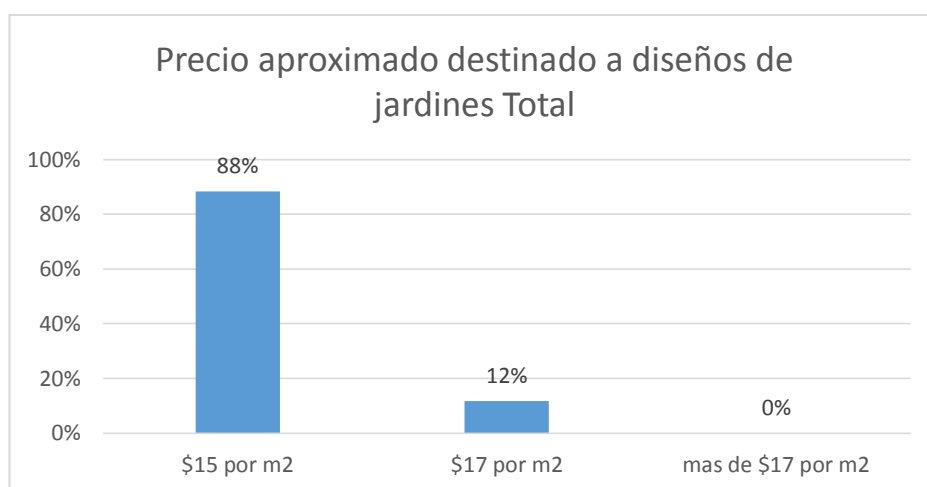


Figura 20. Precio Promedio Servicio Diseño. Adaptado de (Investigación de Mercado – Encuesta).

3.11.4.4 Imagen de la competencia ante los clientes

De los 155 negocios 132 corresponden a personas naturales y solo 23 a sociedades lo que hace notar la preferencia de los clientes por un servicio personalizado por parte del dueño de negocio, esto ratifica que este tipo de servicio ha logrado generar un lazo de confianza dado que la mayoría no han necesitado constituir negocios formales sino tan solo de un RUC e incluso en algunos casos sin la necesidad, lo que se corrobora en la pregunta 5 de la encuesta acerca de la satisfacción del servicio en la cual el 62% de los que ya cuentan con un servicio en Cumbayá están satisfechos, el 71 % en Tumbaco y

el 80% en Puenbo, lo que ocasiona que el ingreso al mercado se complique un poco pero el proyecto buscará minimizar con base en promociones innovadoras para darse a conocer.

Tabla 21.

Satisfacción del cliente con el proveedor actual

	Cumbayá	%	Tumbaco	%	Puenbo	%
Satisfecho	21	61,76%	25	71,43%	16	80,00%
Espera un mejor servicio	13	38,24%	10	28,57%	4	20,00%
Insatisfecho	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
TOTAL	62	100,0%	67	100,0%	22	100,0%

Adaptado de (Investigación de Mercado – Encuesta).

3.11.4.5 Segmento al cual está dirigida la competencia

Los negocios formales en este tipo de mercado se dedican a trabajar en contratos con Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales y Provinciales, y constructoras mayormente en la elaboración de áreas verdes; por lo cual el proyecto deberá trabajar en contactos que faciliten el ingreso a este mercado.

El tema de mantenimientos y diseños para casas y conjuntos habitacionales las empresas se disputan con personas naturales, lo cual se ratifica en la pregunta 4 de la encuesta en la cual de 112 construcciones que cuentan con áreas verdes el 43% cuenta con un jardinero y el 37% contrata una empresa para brindar el servicio de mantenimiento.

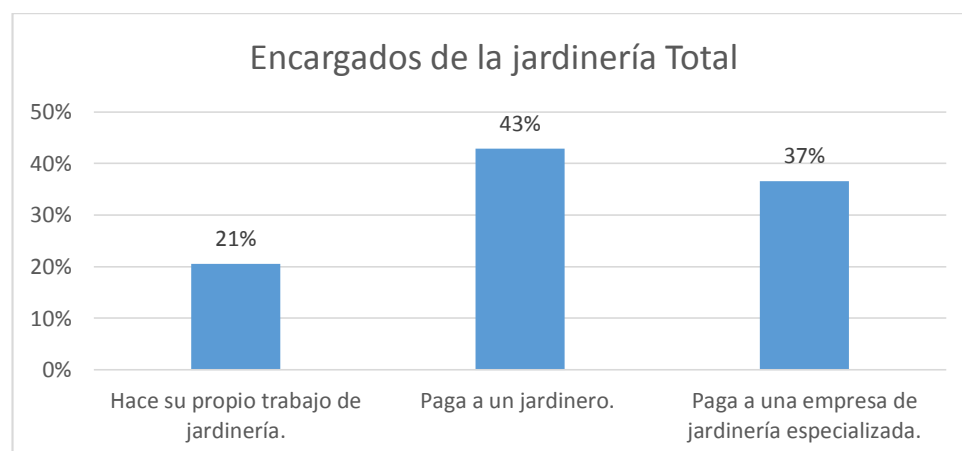


Figura 21. Encargados de Jardinería. Adaptado de (Investigación de Mercado – Encuesta).

El proyecto para poder competir deberá generar una diferenciación en precio, calidad del servicio y promoción que son las variables que tanto los que cuentan como los que contarían con un servicio miran como determinantes.

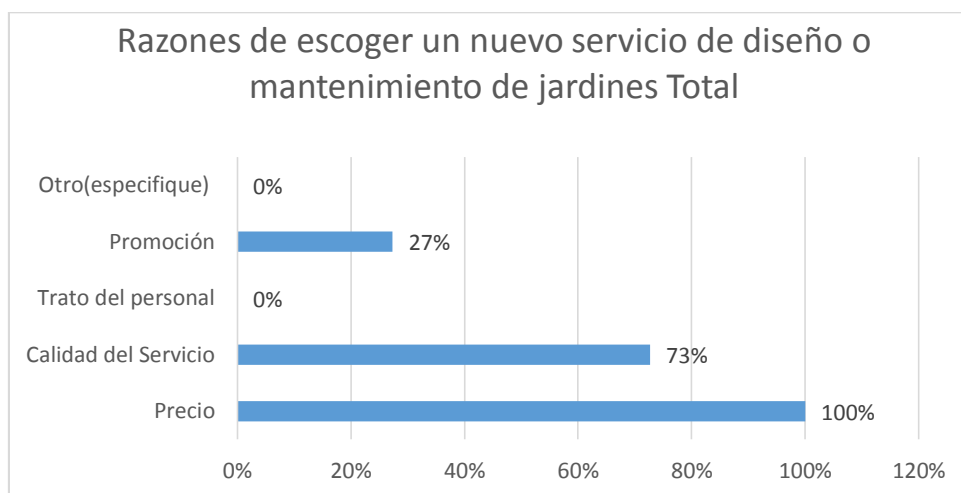


Figura 22. Razones Escogimiento Servicio Diseño o Mantenimientos Jardines. Adaptado de (Investigación de Mercado – Encuesta).

3.11.4.6 Análisis de Porter.

De acuerdo con lo revisado en el capítulo 2 en la sección Fuerzas de Porter se va continuar con el análisis de cada una de ellas:

- Poder de Negociación de Clientes

En los clientes del servicio de diseño, construcción y mantenimiento de jardines el poder de negociación es bajo dado que el mercado es diversificado en dueños de viviendas o apartamentos y los conjuntos residenciales existentes en la zona de influencia.

- Poder de negociación de proveedores

Los proveedores de materia prima para el proyecto tendrán un poder bajo de negociación dado que las semillas a utilizarse se pueden conseguir sin inconvenientes en la ciudad de Patate e incluso se pueden traer del país vecino de Colombia a un precio menor.

- Amenaza de nuevos competidores

El ingreso de nuevos competidores en el sector del emprendimiento es alta, debido a que no existe regulación o normativa, además no se requiere una cuantiosa inversión, pero si contar con un personal con la suficiente experiencia en el manejo de áreas verdes.

- Amenaza de productos sustitutos

Para el emprendimiento no habría servicio sustituto, lo que algo se asimilaría podrían ser las personas totalmente informales sin RUC (Registro Único de Contribuyente) y sin factura que presten sus servicios para los mantenimientos de áreas verdes.

- Revalidad del Mercado

Como se determinó en la conclusión final de la encuesta existen los suficientes clientes potenciales para los negocios que ofertan el mismo servicio del emprendimiento, pero si se debe tener en cuenta el ingreso de personas naturales sin necesidad de RUC con precios de mantenimiento bajos por cuanto trabajan en la informalidad, por lo que se buscará a mediano plazo extender el proyecto a otras edificaciones de la zona u otras zonas aledañas.

3.11.5 ANALISIS FODA:

Tabla 22. Análisis FODA Jardines DyL

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		1. No se requiere fuertes inversiones 2. Productor y Comercializador 3. Experiencia en los servicios a ofertar 4. Bienes muebles e inmuebles propios	1. Marca no posicionada 2. No cuenta con clientes 3. 21% de los propietarios realizan su propio mantenimiento
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO	
1. Crecimiento del sector de la construcción en la zona 2. Conciencia Ecológica 3. Poder brindar Servicios complementarios 4. Parte de clientes con un servicio contratado que esperan mejoras en el mismo 5. Venta de plantas ornamentales 6. Trabajar con entidades gubernamentales	FO 1. Realizar alianzas estratégicas con contactos en Colegios de Ingenieros y Arquitectos, empresas inmobiliarias, entidades públicas para la recomendación de proyectos a ejecutarse. FO 2. Sacar ventaja de contar con los inmuebles propios y de ser productor-comercializador para manejar un precio más accesible sin caer en una guerra de precios. FO 3. Especialización del personal en los servicios complementarios para tener variedad de servicios.	DO 1. Generar una campaña publicitaria en redes sociales dado que es el medio más seleccionado en la encuesta. DO 2. Darse a conocer como una empresa con conciencia ecológica que evite el uso de químicos. DO 3. Comenzar con la venta de plantas ornamentales dado que un gran porcentaje estaría interesado y abrir espacio a los otros servicios.	

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fácil ingreso de competidores 2. Existencia de jardineros no profesionales 3. Parte del mercado actual está satisfecho con el proveedor actual 4. Aspecto económico del país 	<p>FA 1. Adquirir la maquinaria básica necesaria que complemente la experticia y ofrecer un servicio de calidad</p> <p>FA 2. Incentivos o promociones para darse a conocer con las personas que ya cuentan con un servicio</p>	<p>DA 1. Generar promociones puerta a puerta y tener un contacto más cercano con el cliente potencial</p> <p>DA 2. Promover la profesionalización del servicio y que no cualquier persona pueda brindar diseños o mantenimientos.</p>

3.11.5.1 Definición de la estrategia genérica del proyecto.

“Existen tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear en el largo plazo esa posición defendible que sobrepasara el desempeño de los competidores en una industria”

- 1) “El liderazgo general en costos”
- 2) “La diferenciación”
- 3) “El enfoque” (Gerencia de Mercadeo, 2018).

Para el emprendimiento se buscará la diferenciación siendo el proyecto un productor y comercializador, y además de contar con inmuebles propios que evitan gastos y así poder manejar un precio tendiendo al rango menor de la competencia para ganar un espacio del mercado de servicios de jardinería. **ESTRATEGIA FO 2**

3.11.6. ESTRATEGIAS DE MERCADEO:

3.11.6.1. CONCEPTO DEL SERVICIO:

Descripción básica

Los servicios a ofertar por parte del emprendimiento son de asesoría en el diseño, construcción y mantenimiento de jardines a conjuntos habitacionales.

Especificaciones o características

El proyecto para sus servicios se basará en las siguientes características:

- El proyecto será el productor de la materia prima (plantas ornamentales) necesaria para la prestación del servicio.
- Contar con personal calificado y capacitado dentro de sus respectivas áreas, para el diseño se contará con un profesional en diseño de interiores o paisajista que bosqueje los jardines de acuerdo a los requerimientos de los clientes, para la construcción y el mantenimiento de igual manera con

personal con experiencia que garantice las obras tanto de los jardines como de trabajos complementarios necesarios para ejecutar las obras.

- Equiparse de maquinaria básica sofisticada que permita ahorro de tiempo y molestias a los usuarios en las prestaciones de los servicios que ofertará el proyecto, que se detallará a continuación en el punto de equilibrio.
- Ser conscientes con el medio ambiente y los seres vivos con los cuales se trabajará para la disminución en la utilización de fungicidas y plaguicidas, para lo cual el personal será capacitado en la elaboración de abonos, fungicidas y plaguicidas naturales. **ESTRATEGIA DO 2**

Aplicación / uso del producto o servicio, diseño, calidad, empaque y embalaje

La materia prima necesaria para la prestación del servicio será la única que se encontrará colocada en sus respectivas fundas plásticas y embaladas en canastas plásticas para su posterior transporte de acuerdo a la necesidad.

En el tema de calidad se buscará brindar un servicio profesional e incluso se fomentará entre los prestadores formales de la parroquia de Nayón formar una asociación sin costo en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y que cuyos miembros puedan ver la viabilidad de registrar su trabajo en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual y registrarse en la Junta Nacional de Defensoría del Artesano, y sean quienes certifiquen la prestación del servicio y cerrar un poco el tema de ingreso agresivo de competidores o servicios sustitutos.

ESTRATEGIA DA 2

Fortalezas y debilidades del producto o servicio, frente a la competencia.

De la experiencia de los diferentes prestadores del servicio se tiene que unos son los que brindan el servicio de diseño y mantenimiento de jardines y otros los que producen la materia prima necesaria para el servicio, en el caso del proyecto será

el mismo el que produzca la materia prima (plantas ornamentales) y comercialice sus servicios de diseño y mantenimientos de jardines.

3.11.6.2. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN:

El proyecto buscará generar promociones puerta a puerta fomentando la distribución directa dado que el proyecto será productor de plantas ornamentales que es la materia prima para los servicios a ofertar, los mismos que se harán llegar al consumidor final, para lo cual el proyecto va a realizar una muestra gratuita a 100 potenciales clientes, que consistirá en la debida oferta de servicio en su inmueble junto con un cactus de dimensiones pequeñas con flor en su respectiva maceta.

ESTRATEGIA DA 1

Alternativas de penetración

La empresa buscará la penetración con base en tres estrategias de penetración:

- Ajuste de precios: el proyecto manejará precios que estén en el rango inferior del estipulado por la competencia y que sean accesibles para el usuario pudiendo darse a conocer y poder hacerse de un porcentaje del mercado.

ESTRATEGIA FO 2

- Mayor Promoción: el proyecto mostrará promociones a corto plazo a los futuros clientes para ingresar en el mercado planteado. **ESTRATEGIA FA 2**
- Canales de Distribución: el proyecto en un mediano plazo posterior a los 5 años buscará la implementación de un local en la zona de influencia del proyecto para distribución de plantas ornamentales como de los servicios a ofertar y evitar el desplazamiento hacia la parroquia base de Nayón.
- El proyecto buscará alianzas estratégicas con las cuales trabajar para expandir el negocio, se pretende buscar contactos en los Colegios de Ingenieros, Colegios de Arquitectos, Cámara de la Construcción e

Inmobiliarias que nos refieran a potenciales clientes a cambio del mantenimiento de sus espacios verdes. **ESTRATEGIA FO 1**

Presupuesto

Tabla 23.

Presupuesto Distribución

Promoción	Valor (dólares)
Transporte (\$40por semana de diésel x 4 semanas)	160.00
Cactus de presentación (100 x \$1,5)	150.00
Alianzas Estratégicas (hasta 500m2 de mantenimiento por \$1.25)	625.00
TOTAL	935.00

3.11.6.3. ESTRATEGIAS DE PRECIOS:

Análisis competitivo de precios

De acuerdo a las entrevistas realizadas a dueños de negocios similares en la Parroquia de Nayón se pudo conocer que los mismos manejan los siguientes precios para sus servicios:

- Diseño y Construcción de Jardines: oscilan entre \$15 y \$20 el m2 por una sola vez dependiendo del tipo de plantas que se van utilizar.
- Mantenimiento de Jardines:
 - hasta 100 m2 en \$150 y
 - hasta 500 m2 en \$ 300
 - pasados los 500m2 \$ 500

Cabe señalar que el servicio de mantenimiento es mensual incluyendo abono, fumigación, cambio de plantas que presenten problemas y poda.

Punto de equilibrio

De acuerdo a la definición del punto de equilibrio descrita en el capítulo 2 se requiere de tres datos como son Costos Fijos, Precio y Costos Variables que se detallarán a continuación:

PRECIOS: los precios que manejará el proyecto serán tendiendo al límite inferior del rango que maneja la competencia para darse a conocer y que generaron interés de acuerdo a la encuesta realizada. **ESTRATEGIA FO 2**

- Diseño y Construcción de Jardines: \$15 el m2
- Mantenimiento de Jardines: independientemente del área verde el proyecto va a manejar un precio promedio de \$1.25 por m2 indistintamente del tamaño del espacio.

Dado que el proyecto maneja dos fuentes de ingreso se va a darle más peso a los mantenimientos por la mayor demanda constituyendo un 60% de los ingresos de la empresa y los diseños un 40%.

COSTOS FIJOS: para el caso del proyecto serán los sueldos y salarios del personal, los impuestos municipales y pago del crédito para la adquisición de la maquinaria.

Impuesto Predial: \$150

Patente: \$22

La maquinaria será la básica pero indispensable para brindarle un servicio de calidad al cliente, tratando de reducir tiempos de servicio y causar los menores inconvenientes en el inmueble. **ESTRATEGIA FA 1**

Tabla 24.
Precios Maquinaria

MAQUINARIA	COSTO (Dólares)
1. Cortacésped	509,00
2. Escarificadora	2.500,00
3. Motosierra	230,00
4. Corta setos	145,00
5. Desbrozadora	124,00
6. Sopladora-aspiradora	426,00
7. Moto azada	990,00
8. Mochila de tratamientos	145,00
9. Guantes Jardinería (3 pares)	22,50
10. Kit Herramientas	8,50
11. Kit Injertos	90,00
TOTAL	5.190,00

Esta maquinaria cuenta con precios referenciales consultados. Ver Anexo 10.

Para solventar el capital de trabajo de tres meses, gastos de marketing por el mismo tiempo, la maquinaria, los gastos de constitución y la inversión en el invernadero que bordea los \$3000 se considera un préstamo de \$20.000,00 por cualquier eventualidad, de acuerdo al simulador de crédito del Banco de Guayaquil solicitando un crédito a cinco años plazo. Ver Anexo 11.

Tabla 25.
Costo Invernadero

Material	Monto (Dólares)
1. Adecantamiento terreno	200,00
2. Construcción metálica	1300,00
3. Cubierta de plástico	500,00
4. Construcción pequeña bodega	1000,00
Total	3.000,00

Estos costos son manejados por Tarsicio Corella persona de la parroquia de Nayón dedicada a la construcción de invernaderos. Ver Anexo 12.

Tabla 26.

Nómina de la Empresa

Cargo	Sueldos	Aporte Patronal 11.15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Gasto Personal
Gerente General	\$ 1.500,00	\$ 167,25	\$ 1.500,00	\$ 386,00	\$ 3.553,25
Jefe Operativo	\$ 1.200,00	\$ 133,80	\$ 1.200,00	\$ 386,00	\$ 2.919,80
1 Obrero	\$ 386,00	\$ 43,04	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 1.201,04
Gasto Personal Remuneración Mensual					\$ 3.430,09
Gasto Personal Remuneración Anual					\$ 41.161,08
Gasto Personal Beneficios Sociales Anual					\$ 4.244,00
Total Remuneración y Beneficios Sociales Anual					\$ 45.405,08

En referencia a la nómina como se determinó en la descripción detallada de los integrantes – Estructura Organizacional el proyecto en un inicio tendrá operativamente dos personas para el desarrollo de las actividades el Jefe de Operativo y su asistente, el Gerente General se dedicará mayormente a la parte administrativa y de ser necesario prestará su contingente para las actividades operativas.

El proyecto manejará un cronograma de mantenimientos evitando tener dos servicios a la vez pero si fuera el caso se contratará personal temporal siempre evaluando costo-beneficio para el proyecto.

Al personal operativo se buscara preparar en cursos gratuitos fomentados por el Municipio de Quito, Consejo Provincial del Pichincha y demás entidades que apoyan al emprendimiento, pero si no existiera los cursos adecuados se destinará \$200 para un curso particular al año.

Tabla 27.
Equipos Oficina

Rubro	Descripción	Cantidad (Unidades)	Costo Unitario	Costo Total
Computador	Laptop HP Core i7	1	\$600	\$600
Cámara Digital	Cámara Nikon L340	1	\$400	\$400
Impresoras	Impresora HP Deskjet k	1	\$70	\$70
Tóner	Kit Tinta	1	\$40	\$40
TOTAL				\$1110

Se utilizara el equipo de oficina para el manejo de las redes sociales y trabajo administrativo. Ver Anexo 13.

COSTOS VARIABLES: para el proyecto se va a manejar el costo de la materia prima e insumos para la producción de plantas ornamentales cada mes de diferentes tipos, lo que permitirá un abastecimiento para los servicios de diseño y mantenimiento e incluso incursionar en la venta al público, todo dependerá de varias variables como clima, cuidado, calidad de la semilla para una producción al 100% y evitar pérdidas.

Tabla 28.
Costos Variables

Concepto	Monto (Dólares)
Semilla	300,00
Tierra Negra	250,00
Abono	320,00
Cascajo	320,00
Hojarasca	300,00
Tomo Arroz	300,00
Agua Potable	60,00
Químicos	100,00
Pago Diseñadora Interiores	900,00
Total Trimestral	2.850,00
Subtotal Anual	11.400,00

Tabla 29.
Costo de Transporte

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Gasolina \$40 semanal	\$ 160.00	\$ 1920.00
Mantenimiento	\$ 100.00	\$ 1200.00
TOTAL		\$ 3120.00

Tabla 30.
Costo Total Anual

	CONCPETO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO FIJO	Gastos Distribución	935	942	948	955	962
	Gastos Promoción	760	765	771	777	782
	Gastos Comunicación	3.840	3.868	3.895	3.923	3.952
	Gastos Capacitación	200	201	203	204	206
	Impuesto Predial	150	151	152	153	154
	Patente	22	22	22	22	23
	Gasto Interés	.013	.530	1.959	1.284	485
	Personal Administrativo	20.007	20.151	20.296	20.442	20.589
	Beneficios Sociales Administrativo	1.886	1.900	1.913	1.927	1.941
	SUBTOTAL	30.813	30.530	30.160	29.688	29.093
COSTO VARIABLE	Gasto Transporte	3.120	3.142	3.165	3.188	3.211
	Materia Prima	11.400	11.482	11.565	11.648	11.731
	Remuneraciones Operativo	21.154	21.306	21.459	21.614	21.769
	Beneficios Sociales Operativo	2.358	2.375	2.392	2.409	2.427
	SUBTOTAL	38.032	38.306	38.581	38.858	39.138
TOTAL	68.845	68.836	68.741	68.546	68.231	

Como se puede observar los costos crecen año tras año dado que se aplicó la tasa de inflación del 0.72% determinada en la Tabla 12, pero el valor total en cambio decrece debido al pago de intereses que en el primer año se cancela un monto mayor pero para los posteriores años se reduce.

Tabla 31.

Punto de Equilibrio

	Servicio	Costo Total (Dólares) Tabla 30	Porcentaje	Costo Total por Servicio (Dólares)	Precio por metro cuadrado	Metros cuadrados mínimos anuales	Metros cuadrados mínimos mensuales
AÑO 1	Diseños	68.845,41	40%	27.538,16	15	1835,88	152,99
	Mantenimientos		60%	41.307,25	1,25	33045,80	2753,82
AÑO 2	Diseños	68.835,56	40%	27.534,23	15,11	1822,51	151,88
	Mantenimientos		60%	41.301,34	1,26	32805,19	2733,77
AÑO 3	Diseños	68.741,08	40%	27.496,43	15,22	1807,02	150,58
	Mantenimientos		60%	41.244,65	1,27	32526,29	2710,52
AÑO 4	Diseños	68.545,92	40%	27.418,37	15,33	1789,02	149,09
	Mantenimientos		60%	41.127,55	1,28	32202,40	2683,53
AÑO 5	Diseños	67.746,02	40%	27.098,41	15,44	1755,52	146,29
	Mantenimientos		60%	40.647,61	1,29	31599,40	2633,28

El proyecto para alcanzar su punto de equilibrio distribuyo sus ingresos en 40% por diseños y 60% por mantenimientos por lo cual necesitará el primer año de 1835.88m² de diseños de jardines y 33045.80m² de mantenimientos de jardines.

Condiciones de pago

Las condiciones detalladas a continuación en el caso de casas y conjuntos habitacionales terminados se negociarán con los dueños o administradores, si corresponde a una casa o conjunto habitacional que se encuentre en construcción la relación comercial será directamente con la empresa constructora o los profesionales contratistas que son los encargados.

Tabla 32.

Condiciones de Pago

Área	Construcción Jardines	Mantenimiento
Menores a 100 m ²	Abono del 50% al inicio y el resto al término del trabajo.	Un solo pago
Mayores a 100 m ²	25% como anticipo y el otro 75% a convenir con el cliente dependiendo de área.	50% al realizar el trabajo y lo restante a un mes plazo

Impuestos a las ventas

“Art. 55.- Transferencias e importaciones con tarifa cero.- Tendrán tarifa cero las transferencias e importaciones de los siguientes bienes...4.- Semillas certificadas, bulbos, plantas, esquejes y raíces vivas” (Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, 2018).

“Art. 56.- Impuesto al valor agregado sobre los servicios.- El impuesto al valor agregado IVA, grava a todos los servicios, entendiéndose como tales a los prestados por el Estado, entes públicos, sociedades, o personas naturales sin relación laboral, a favor de un tercero, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual, a cambio de una tasa, un precio pagadero en dinero, especie, otros servicios o cualquier otra contraprestación” (Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, 2015).

De acuerdo a las cargas impositivas determinadas por la Ley de Régimen Tributario Interno emitido por el Servicio de Rentas Internas el único impuesto a tomar en cuenta es el Impuesto al Valor Agregado IVA para el caso de servicios de diseño, construcción y mantenimiento es el 12% y el 0% en la comercialización de plantas.

Costo de transporte

El proyecto necesariamente deberá contar con una camioneta que será aporte de uno de los socios para el transporte de maquinaria y materia prima por lo se incurrirá en el pago de gasolina semanal y los mantenimientos mensuales. Ver Tabla 29.

Tabla 29.

Costo de Transporte

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Gasolina \$40 semanal	\$ 160.00	\$ 1920.00
Mantenimiento	\$ 100.00	\$ 1200.00
TOTAL		\$ 3120.00

El tanque de una camioneta a diésel promedia un llenado de \$20 dólares, debido al constante recorrido se estima dos llenadas del tanque de gasolina a la semana.

En relación al mantenimiento de la camioneta el cambio de aceite bordea los \$40 y una revisión de inyectores \$35 y una revisión de frenos \$25 que son los servicios más frecuentes en un mantenimiento rutinario.

Tácticas relacionadas con precios

No se contará con una táctica especial dado que el servicio producto no es estacional y por ende no tiene una variación de precio por diferentes circunstancias.

Posible variación de precios para resistir guerra de precios.

El proyecto no estaría en condiciones de resistir una guerra de precios ya que no contaría con la posibilidad de ajustar los precios por debajo del rango manejado por la competencia aun cuando al ser productor y comercializador de la materia prima (plantas ornamentales) y contar con terreno propio puede hacer que maneje un precio accesible.

3.11.6.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCION:

Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago)

Para los 10 primeros clientes que tengan espacios verdes menores a 100m² como promoción se brindará la colocación de 2 plantas (palma rafi) en sus respectivos maseteros para la decoración interior de los inmuebles.

Cada planta tiene un costo de \$10 y cada maceta \$5. **ESTRATEGIA DA 1**

Manejo de clientes especiales

El proyecto tiene como principal promoción a 10 clientes preferenciales que serán hogares y/o conjuntos habitacionales con espacios verdes mayores a 100m²

ofrecerles 2 bonsái decorativos para adornos de interior. El precio de cada bonsái es de \$20. **ESTRATEGIA DA 1**

Conceptos especiales que se usan para motivar la venta

Desarrollar promociones en redes sociales como sorteos de cactus decorativos, el primer fin de mes a las 20 personas que compartan el fan page o las publicaciones en la misma, así se relaciona a potenciales clientes con los servicios. Cada cactus tiene el costo de \$3.

Cubrimiento geográfico inicial y expansión

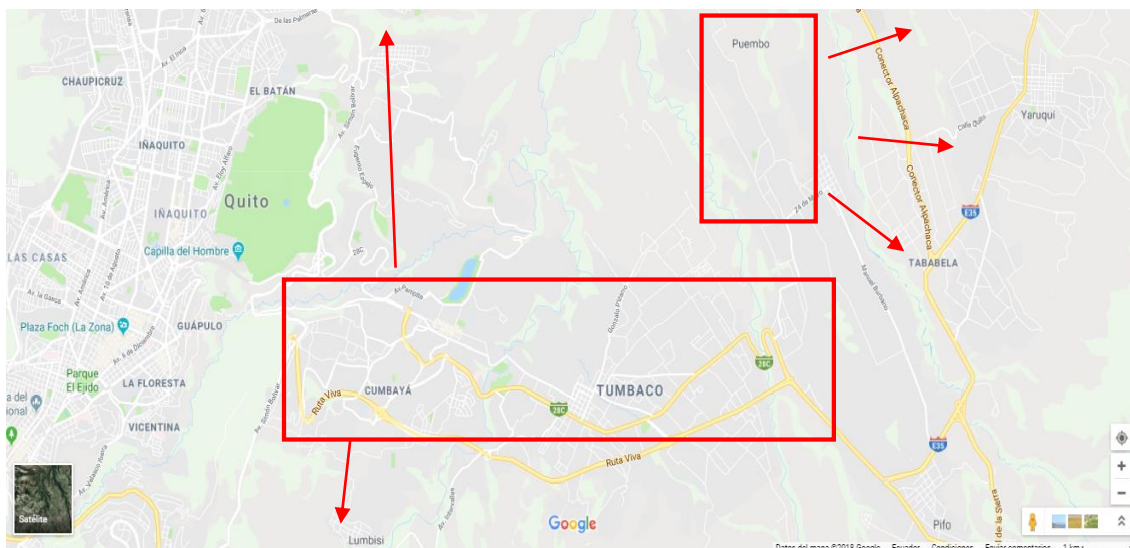


Figura 23. Expansión Territorial del Proyecto. Tomada de (Google Maps, 2018).

Como se observa en la Figura 23 el cubrimiento inicial del proyecto está en el valle de Cumbayá, Tumbaco y Puembo que corresponden al área rural de la ciudad de Quito. La expansión posterior al quinto año abarcaría la misma dirección rural en las zonas de Lumbisi, Tababela, Yaruqui, Checa y El Quinche donde existen clientes potenciales como quintas, fincas y viviendas con áreas verdes.

Presupuesto de promoción.

Como se detalló anteriormente las diferentes promociones tendrán un costo total:

Tabla 33.

Presupuesto Promoción

Promoción	Valor (Dólares)
Espacios verdes menores a 100m2. (Ver sección 3.11.6.4)	300.00
Espacios verdes mayores a 100m2 (Ver sección 3.11.6.4)	400.00
Promociones Redes Sociales (Ver sección 3.11.6.4)	60.00
TOTAL	760.00

3.11.6.5. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN:

Selección de medios

Al ser un negocio nuevo se va a tener en cuenta los siguientes aspectos para la determinación de los medios a utilizar:

- **Presupuesto:** no se incurrirá en medios excesivamente costosos hasta alcanzar un equilibrio financiero.
- **Público:** casa y conjuntos residenciales del valle de Cumbayá, Tumbaco y Puenbo ya sea mediante los administradores o los dueños de casas.
- **Combinación de Medios:** para el negocio se utilizarán una mezcla entre página web, redes sociales y flyers que informen de los servicios ofertados cuya finalidad es dar a conocer el proyecto a la mayor cantidad de personas. De acuerdo a la encuesta realizada mayor impulso se dará a las redes sociales ya que el 66% de los encuestados prefiere este medio, seguido después por la información vía mail con un 26% y finalmente entregar información personalmente con un 9%.

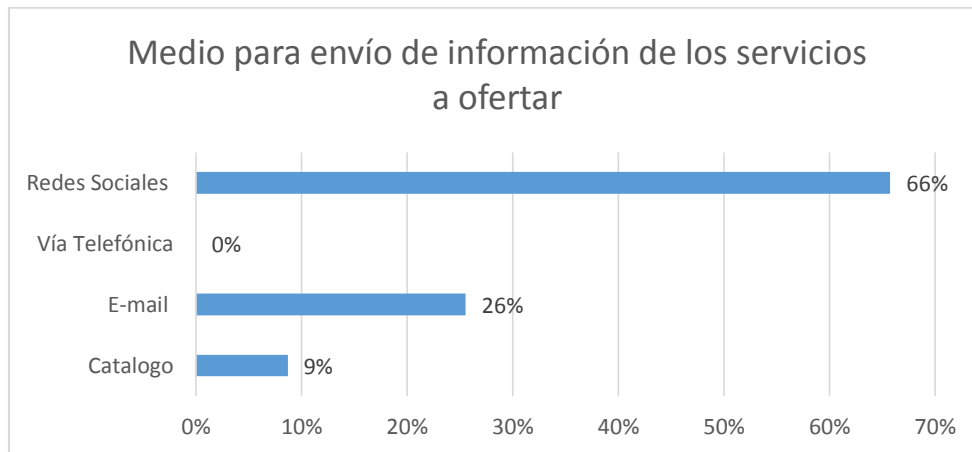


Figura 24. Medio de Envío de Información. Adaptado de (Investigación de Mercado – Encuesta).

Medios masivos

- **Redes Sociales:** se utilizará como principales redes sociales a Facebook, Instagram y LinkedIn, en las cuales mediante la creación de un fan page dar a conocer los servicios a través de campañas publicitarias que serán segmentadas de acuerdo a las necesidades del proyecto.

El costo de las promociones tiene un promedio de \$3 diarios con un alcance estimado diario de entre 780 a 2400 personas. Los mencionados costos fueron simulados en un fan page. Ver Anexo 14. **ESTRATEGIA DO 1**

- **Página Web:** en ella se publicará la información de la empresa, equipo profesional, servicios a ofertar, ubicación y contacto. Será sencilla y de fácil navegación, su elaboración tendrá un costo de \$200 mensual incluido IVA de acuerdo a Soluciones Empresariales Ver Anexo 15. **ESTRATEGIA DO 1**
- **Flyers:** se utilizará para entregar directamente a clientes potenciales con información básica de los servicios a ofertar. El costo de la elaboración en tamaño A6, Couche 150Gr/m2, Full Color 2 lados es de \$30 por 1000 unidades según Imprenta Colours Zone. Ver Anexo 16. **ESTRATEGIA DO 1**

Tácticas relacionadas con comunicaciones.

El proyecto pretende tener una buena comunicación con los clientes para lo cual mediante las redes sociales pretende brindarle una experiencia vivencial en la cual mediante fotos y videos mostrarles el crecimiento de plantas, los viveros que se maneja, el antes y después de los lugares en los cuales se preste los servicios, mensajes del personal y tips de jardinería, pero sobre todo resaltar la conciencia ambiental del negocio y su beneficio hacia el medio ambiente. El encargado de esta tarea será el mismo gerente dado que será quien tenga el primer contacto con el cliente. **ESTRATEGIA DO 2.**

Tabla 34.

Presupuesto Comunicación

Estrategia	Valor Mensual	Valor Anual
Redes Sociales (Ver sección 3.11.6.5)	USD 90	
Mantenimiento Pagina Web (Ver sección 3.11.6.5)	USD 200	
Flyers (Ver sección 3.11.6.5)	USD 30	
TOTAL	USD 320	USD 3840.00

3.11.6.6. ESTRATEGIAS DE SERVICIO:

Garantía y servicio postventa

El proyecto garantizará en todo momento los trabajos relacionados con plantas ornamentales ofreciendo cambio en el momento que se detecte daños por mal cuidado, la garantía no cubrirá daños causado por inclemencias del tiempo.

En relación al servicio postventa se abarcará dos segmentos el de servicios complementarios y el de ventas de plantas ornamentales, aunque no son el objeto de nuestro proyecto en un inicio se pueden ofrecer como servicios post venta. **ESTRATEGIAS DO 3 y FO 3.**

Mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros)

El proyecto dispondrá de los siguientes canales de comunicación con los clientes:

- Página Web
- Redes Sociales (Facebook, Whatsapp)
- Correo Electrónico
- Vía telefónica

Formas de pago

Los medios de pago que manejará el proyecto serán:

- Efectivo
- Cheque
- Transferencia Bancaria
- Depósito Bancario

3.11.6.7 PRESUPUESTO:

Los costos del marketing mix para un año serán los siguientes:

Tabla 35.
Presupuesto Marketing Mix

Estrategia	Valor Anual
Distribución (Ver Tabla 23)	USD 935.00
Promoción (Ver Tabla 33)	USD 760.00
Comunicación (Ver Tabla 34)	USD 3840.00
TOTAL	USD 5535.00

3.11.6.8 PROYECCIONES DE VENTAS:

Tabla 36.

Proyección Ventas

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidad de Medida (m2)					
Diseño y Construcción de Jardines	1.928	2.024	2.125	2.232	2.343
Mantenimiento de Jardines	34.698	36.433	38.255	40.167	42.176
Total unidades	36.626	38.457	40.380	42.399	44.519
Precio (dólares)					
Diseño y Construcción de Jardines	15	15,11	15,22	15,33	15,44
Mantenimiento de Jardines	1,25	1,26	1,27	1,28	1,29
Ingresos (Dólares)					
Diseño y Construcción de Jardines	28.915	30.579	32.339	34.200	36.168
Mantenimiento de Jardines	43.373	45.869	48.508	51.300	54.252
TOTAL INGRESOS	72.288	76.448	80.847	85.500	90.421

Como se indicó en los objetivos financieros para la proyección de ventas se incrementará desde el primer año el 5% de su punto de equilibrio hasta el quinto año, se tuvo como premisas dos aspectos el primero la proyección de crecimiento del mercado objetivo (Licencias Urbanísticas Metropolitanas) que se estima cierre el 2018 entre el 5% y el 10% el 2018 (Ver Sección 3.11.3.4 Estimación del segmento de mercado (tamaño y crecimiento) y el crecimiento promedio de la industria de la construcción desde el 2008 que se determinó en el 4.1% (Ver Sección 3.11.2.1.1 Tasa de crecimiento).

En relación al precio para el incremento anual se utilizó la tasa determinada en la Tabla 12 Inflación Ecuador que promedia la inflación desde el año 2016 al 2018.

Desde el primer año se forzarán un poco al proyecto para alcanzar el crecimiento esperado que será posible gracias a la reactivación del mercado de la construcción por la derogatoria de la Ley de Plusvalía.

3.12 Conclusiones del capítulo

El cumplimiento con un servicio de calidad y satisfactorio crea una oportunidad de negocio para la empresa, ya que quienes conformarán el personal técnico vienen trabajando por más de 10 años en los tipos de servicios y combinado con una maquinaria adecuada poder reducir tiempos y mejorar la satisfacción del servicio.

En la imagen corporativa la empresa colocará en las manos de sus trabajadores el poder plasmar la multiplicidad de ideas de sus clientes.

El proyecto a través de su servicio pretende crear conciencia ambiental primeramente en cada hogar y posterior en una comunidad de acuerdo al crecimiento de la empresa, además de ser imagen de productividad, generación de empleos y búsqueda de especialización para otros emprendimientos que pueden surgir en la localidad de Nayón donde será la base de la empresa.

Tanto la misión como visión fueron planteadas en relación a las actividades a desarrollar y totalmente viables.

Los objetivos de crecimiento como financieros fueron moderados dado por el tipo de mercado que nos encontramos y la situación país que se atraviesa.

El emprendimiento para su apertura deberá cumplir con normativa societaria emitida por la Superintendencia de Compañías, normativa impositiva dispuesta por el Servicio de Rentas Internas, normativa de libre competencia presentada por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, normativa legal para el desarrollo de actividades dictada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Quito y en materia ambiental la normativa expuesta por el Ministerio de Ambiente y la Secretaria del Municipio del Distrito Metropolitano.

A nivel de estructura organizacional se definieron los cargos con sus debidas actividades a desarrollar para articular la toma de decisiones, mecanismos de control, cumplimiento de normativa y fomento de relaciones en la interna del negocio. La empresa dentro de su proyección maneja una estructura real acorde a

los inicios de un emprendimiento con el personal mínimo como para poder buscar crecimiento en un mercado que muestra perspectivas positivas como la reactivación del sector de la construcción que se traduce en el número de licencias urbanísticas metropolitanas fuente del servicio del proyecto.

La ubicación puede convertirse en un aspecto positivo dado que estamos en la parroquia productora de todo tipo de plantas para jardines y a escasos minutos de la zona de influencia del proyecto.

El análisis FODA muestra que el negocio presenta oportunidades como el crecimiento del sector de la construcción, el poder brindar servicios complementarios y convertirse en comercializadora de plantas en los cuales apalancarse para constituir una empresa que perdure en el tiempo, pero tampoco hay que descuidar las amenazas como la competencia, la situación político económica del país, que en un debido momento pueden constituirse en problemas para el negocio.

La estrategia de comunicación se basará en promocionar en el mercado objetivo el servicio a ofertar haciendo interactuar al futuro cliente con el servicio a ofertar, se usarán estrategias digitales, redes sociales, promociones y alianzas estratégicas con base a la búsqueda de contactos en instituciones públicas y empresas privadas y así poder llegar al mayor número de clientes posibles.

El mercado de acuerdo a los resultados de las encuestas determinaron que existe 150 inmuebles con espacios destinados a áreas verdes, pero que inicialmente el proyecto se enfocará en un mercado de 65 propietarios de licencias urbanísticas que podrían interesarse en el servicio a ofertar por el emprendimiento bien porque todavía los inmuebles se encuentran en construcción o porque los propietarios no se encuentran satisfechos con el proveedor actual. Los 85 inmuebles adicionales se usara una estrategia más agresiva dado que sus propietarios se encuentran satisfechos con el servicio que cuentan. Cabe señalar que este mercado se manejará inicialmente pero se buscará ampliar el mercado hacia otras parroquias

como Pifo, Yaruquí, Tababela, Checa de las cuales se buscara obtener la información inmobiliaria en su debido momento.

En el país existen 155 negocios tanto empresas como personas naturales relacionadas con el servicio a ofertar, sin embargo solo el 15% son empresas formales. Si bien no existe un servicio sustituto la amenaza son las personas naturales ecuatorianas como migrantes que sin la necesidad de formalizar un negocio puedan brindar un servicio básico de mantenimiento de jardines y por ende poder bajar los precios de los servicios.

Finalmente proyectar un negocio en un país que presenta cifras macroeconómicas de una lenta recuperación plantea dos retos, el primero poder brindar un precio accesible a los propietarios de casas y proyectos inmobiliarios; segundo poder brindar un servicio que sea atractivo a nuestro potenciales clientes y así ganar espacio en el mercado existente.

4. OPERACIONES

4.1. ESTADO DE DESARROLLO:

Descripción del estado del arte del servicio a desarrollar.

Aun no se ha constituido la empresa, sin embargo, los servicios que constarán dentro de la asesoría de áreas verdes para inmuebles serán:

- Asesoramiento 3D en el diseño de jardines para las áreas verdes del inmueble, el mismo que incluye la modelación del terreno, reconstrucción en 3D de un levantamiento topográfico, comparación dinámicamente, levantamiento y proyecto, calcular los volúmenes de terreno a ser removido de ser el caso, integrar la arquitectura de edificios y arquitectura del paisaje y renders en tiempo real.
- Construcción del producto resultante de la asesoría en 3D, aquí se establecen los plazos y tiempos para la ejecución del trabajo.
- Mantenimiento de áreas verdes que incluye poda de césped, poda de arbustos o árboles, riego, control de plagas, limpieza y retiro de hojas secas o desechos, cambio de plantas en mal estado. Cabe señalar que todos los insumos para este servicio serán suministrados por el proyecto.

En relación al asesoramiento 3D se cuenta con un profesional de diseño de interiores capacitado en programas de diseño de jardines y espacios exteriores que será el encargado del área de diseño como está determinado en la estructura organizacional.

Cabe señalar que el proyecto, dentro de la investigación de mercado realizada, tuvo aceptación de servicios complementarios que se podrían poner en ejecución en un futuro:

- Jardines Verticales
- Uso de materiales reciclados

- Riego por goteo
- Venta a domicilio de plantas ornamentales

El proyecto trabajará en servicios que no generen complejidad por lo cual se está elaborando la planificación de los mismos para una futura puesta en marcha, sin embargo, ya se cuenta con el terreno y vehículos, contacto con el personal que formaría parte del proyecto, proveedores y la entidad financiera para el financiamiento requerido destinado a la maquinaria y la construcción del vivero.

Estrategia Operativa.

Toda estrategia que se tome a nivel operativo estará centrada en la optimización de recursos que ayuden a minimizar costos por lo cual la estrategia será la siguiente:

En inicio se comprarán las semillas para la producción de plantas ornamentales, pero al mismo tiempo se experimentará con esquejes que es una alternativa más económica dado que de una misma planta se pueden extraer tallos y sacar mayor número de plantas, para la consecución de lo mencionado se buscará capacitación del personal para sacar mayor provecho de esta técnica de producción.

En el caso de requerir mayor personal para atender clientes al mismo tiempo se recurrirá a una comunidad indígena minoritaria en la parroquia de Nayón que prestan servicios por una paga diaria.

4.2. DESCRIPCION DEL PROCESO:

4.2.1. Diseño del proceso

- Se obtuvo una base de Licencias Urbanísticas Metropolitanas en el Municipio de Quito de las parroquias de Cumbayá, Tumbaco y Puembo para tener una base de potenciales clientes.
- El primer contacto con los clientes potenciales será a través de redes sociales, correos electrónicos y visitas puerta a puerta de acuerdo a los

estipulado en el capítulo 3, se tendrán un acercamiento con los propietarios de los inmuebles en el caso de que los mismos se encuentren terminados y con los profesionales encargados de la obra en el caso que el inmueble se encuentre en construcción.

- En el caso de que se decidan por los servicios del proyecto al cliente se dividirá en diseño o mantenimiento.

DISEÑO: se firmará un contrato de prestación de servicios en los que se establezcan precio, plazos, formas de pago, especificaciones técnicas, garantía y cualquier información pertinente.

MANTENIMIENTO: en el caso que sean conjuntos habitacionales se firmará un contrato de prestación de servicios, pero si corresponde a personas naturales dependerá del cliente la firma o solo acuerdo verbal.

- Una vez firmado el acuerdo en el caso de que sea mantenimiento simplemente se procederá a brindar el servicio, pero si corresponde a un diseño de jardín se procede agendar una reunión entre el cliente y la persona encargada del diseño 3D para trabajar en los gustos y preferencias del usuario.
- Después de terminado el diseño, el producto de este trabajo se pasará a la persona encargada de producción para que junto al obrero propongan al cliente una forma de trabajo que cause menores inconvenientes.
- Terminado la construcción del área verde se procederá a una sesión de fotografías con la participación de los propietarios del inmueble para la publicación en las redes sociales del proyecto.
- Después viene el proceso de cobro establecido en el capítulo 3.
- Acercamiento de servicios complementarios que el usuario podría tener interés.
- Medición de la satisfacción del cliente
- Fin del proceso.

4.2.2. Cadena de valor

La siguiente figura demuestra la identificación de las actividades a desarrollar por parte del emprendimiento a través de la cadena de valor.



Figura 25. Cadena de Valor. Adaptado de (Porter, M., 2010).

Procesos estratégicos: corresponde a la aplicación de planificación estratégica en cada uno de los procesos del emprendimiento tanto procesos claves como de soporte.

Procesos claves: son los procesos que agregan valor al servicio ofertado.

- **Gestión Comercial:** corresponde al contacto con clientes potenciales ya sea personas naturales, inmobiliarias o constructoras.
- **Gestión de Riesgo:**
Riesgos Sistemáticos: como se describió en el punto 3.11 Análisis de la Industria – Análisis Pestel, existen aspectos políticos, macroeconómicos, sociales y ambientales que pueden presentar un riesgo por su variación, para esto el proyecto manejará un crecimiento moderado, personal básico necesario y evitando gastos excesivos que permitan hacer frente a un cambio brusco en las variables anteriormente mencionadas.

Riesgos de Mercado: en la Tabla 21 se menciona que la mayoría de insumos son productos que vienen de la naturaleza por lo cual no existiría una variación significativa de precios y para la disponibilidad de insumos se buscará las alternativas de proveedores para evitar la falta de insumos. El encargado de que los insumos estén a tiempo y en la cantidad necesaria será el Gerente General.

Riesgos Operativos: al ser un servicio manual y artesanal el mayor problema sería no contar con el personal adecuado para la ejecución del servicio, por lo cual el emprendimiento tendrá su personal debidamente afiliado y con las prestaciones sociales que determina la Ley y con la debida capacitación.

Riesgos de Crédito y Liquidez: el proyecto estableció en la Tabla 25 las condiciones de pago a máximo un mes de crédito personal y en las formas de pago solo mecanismos en efectivo con lo cual se podrá afrontar a los pagos trimestrales a los proveedores de insumos.

- **Logística Interna y Externa:** el contacto con los proveedores y ejecución de los servicios de diseño y mantenimientos.
- **Servicio Postventa:** evaluación del servicio prestado y medición de la satisfacción del cliente.

Procesos Soporte: para el caso del emprendimiento constituirán la parte financiera y administrativa que estarán liderado por el Gerente General, quien se encargará de proveer todo lo necesario a la parte técnica para la prestación del servicio.

4.2.3 Diagrama de flujo del proceso

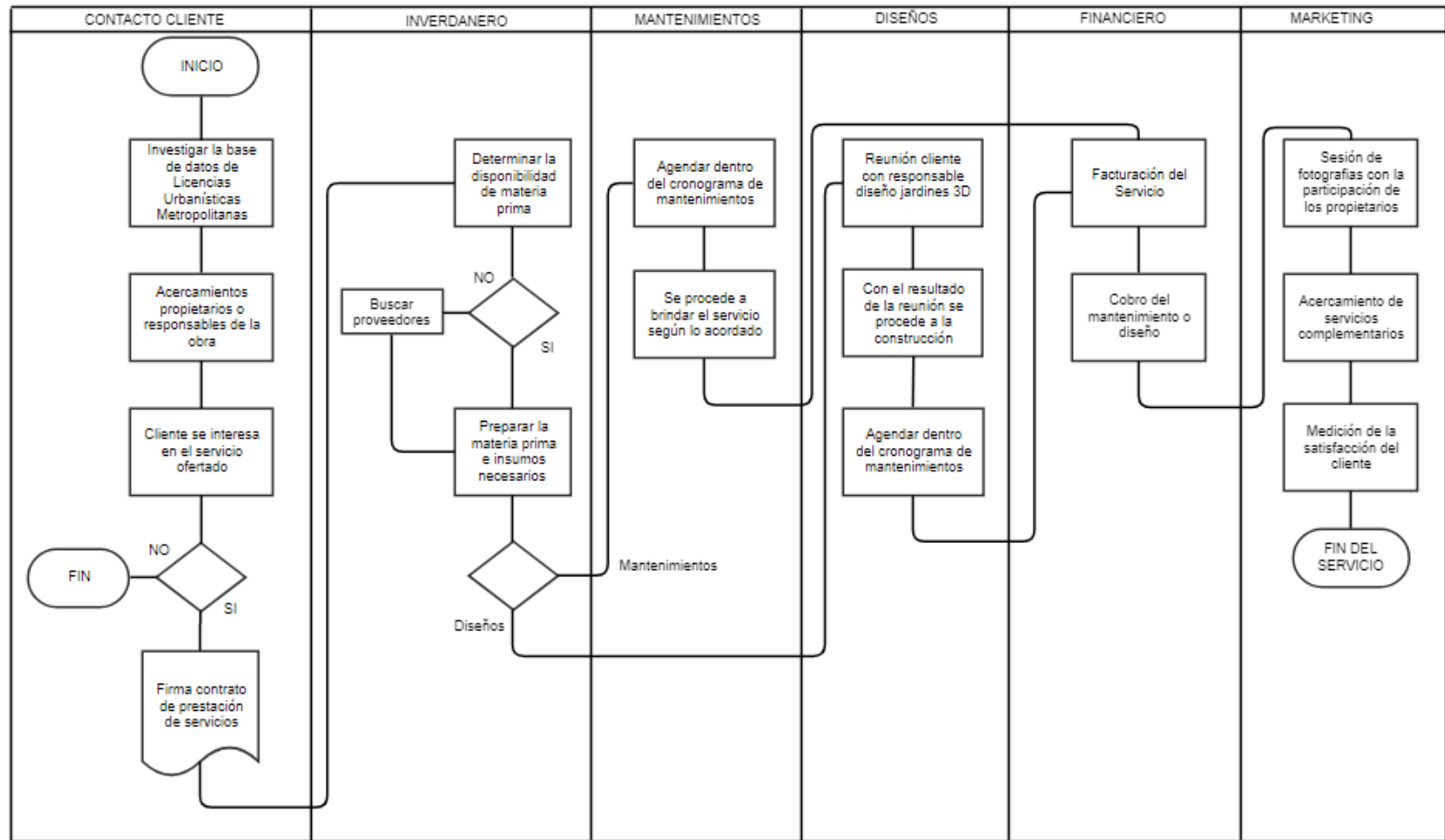


Figura 26. Diagrama Proceso de Asesoría de Diseño y Mantenimiento de Jardines.

4.2.4 Análisis de la capacidad del proceso.

El análisis de la capacidad del proceso será determinado por el tiempo estimado de ejecución que se utiliza en el mismo.

De acuerdo a la encuesta se determinó que mayormente los potenciales clientes cuentan con áreas mayores 100 m² y menores 500 m², por lo cual se ha escogido los dos rangos para que los entrevistados nos apoyen indicando tiempos en minutos que se utilizan en la ejecución de los mismos y poder determinar un tiempo promedio de un metro cuadrado de los dos tipos de servicios a ofertar.

Una vez determinado el tiempo de la ejecución de un metro cuadrado se va aplicar un rango de holgura (recolección de maleza, recolección de instrumentos, limpieza, cansancio y otras variables posibles) de la siguiente manera:

Mantenimientos: 100 m² holgura del 5%, 500 m² holgura de 10%

Diseños: 100 m² holgura 15%, 500 m² holgura de 30%. En diseño se tiene una holgura mayor dado que hay más actividades por ejecutar.

Tabla 37.

Tiempos de ejecución mantenimientos de jardines

Actividad	Mantenimiento de Jardines (minutos)	
	100 m ²	500m ²
Corte de Césped	60	300
Poda de plantas grandes y/o árboles	30	150
Remoción de tierra	40	200
Fertilización de plantas	25	125
Fumigación de plantas	25	125
Total tiempo requerido minutos	180	900
Total tiempo requerido horas	3	15
Determinación Tiempo un m ²		
dimensión m ²	100	500
tiempo minutos	180	900
tiempo 1 m ²	1,8	1,8
Holgura	1,98	2,16
Promedio	2,07	

Transformando en horas el 2.07 minuto equivale a 0.03 hora en ejecutar un metro cuadrado de mantenimiento de jardines.

Tabla 38.

Tiempo de ejecución diseño de jardines

Actividad	Diseño de Jardines (minutos)	
	100 m2	500m2
Adecantamiento del terreno	240	1200
Colocación de tierra negra	120	600
Colocación de humus	60	300
Siembra de césped	120	600
Siembra de plantas ornamentales	120	600
Colocación de complementos (áridos y otros elementos)	120	600
Total tiempo requerido minutos	780	3900
Total tiempo requerido horas	13	65
Determinación Tiempo un m2		
dimensión m2	100	500
tiempo minutos	780	3900
tiempo 1 m2	7,8	7,8
Holgura	8,97	10,14
Promedio	9,555	

Transformando en horas 9.55 minutos equivale a 0,16 hora en ejecutar un metro cuadrado de diseño de jardines.

Puesta en Marcha

Previo al lanzamiento del servicio al mercado e inicio de actividades (Año 0), se deberá cumplir con la siguiente agenda:

Tabla 39.

Cronograma puesta en marcha

Necesidades y Requerimientos	SEMANAS					
	S1	S2	S3	S4	S5	S6
Permisos de Operación	X					
Adquisición Equipos Tecnológico	X					
Adquisición de Maquinaria		X				
Construcción de Invernadero y Bodega		X	X	X	X	
Contratación Personal						X
Promoción y Comunicación del servicio						X

4.3. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS:

Materias primas e insumos

Para la materia prima se requiere de semillas y para insumos de todos componentes que permitan la adecuación de un jardín, los mismos se requieren de forma trimestral y se los trae de las Tablas 28 Costos Variables y Tabla 29 Costo Transporte respectivamente.

Tabla 28.
Costos Variables

Concepto	Monto (Dólares)
Semilla	300,00
Tierra Negra	250,00
Abono	320,00
Cascajo	320,00
Hojasca	300,00
Tomo Arroz	300,00
Agua Potable	60,00
Químicos	100,00
Pago Diseñadora Interiores	900,00
Total Trimestral	2.850,00
Subtotal Anual	11.400,00

Tabla 29.
Costo de Transporte

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Gasolina \$40 semanal	\$ 160.00	\$ 1920.00
Mantenimiento	\$ 100.00	\$ 1200.00
TOTAL		\$ 3120.00

Mayormente la producción de plantas será destinada a los diseños de jardines y esporádicamente para el cambio en los jardines que se esté prestando mantenimiento, por lo cual el valor trimestral ayudará a tener una producción mensual de 1000 plantas que se utilizarán de acuerdo al número máximo de diseños que el proyecto esté en capacidad de ejecutar.

Equipos y máquinas

Corresponden a los equipos necesarios para el desarrollo del servicio que se enumeró en la Tabla 24. Precios Maquinaria.

Tabla 24.
Precios Maquinaria

MAQUINARIA	COSTO (Dólares)
1. Cortacésped	509,00
2. Escarificadora	2.500,00
3. Motosierra	230,00
4. Corta setos	145,00
5. Desbrozadora	124,00
6. Sopladora-aspiradora	426,00
7. Moto azada	990,00
8. Mochila de tratamientos	145,00
9. Guantes Jardinería (3 pares)	22,50
10. Kit Herramientas	8,50
11. Kit Injertos	90,00
TOTAL	5.190,00

Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas.

Es el Equipo Tecnológico básico para desarrollar las actividades administrativas que se determinó en la Tabla 27. Equipos de Oficina.

Tabla 27.
Equipos Oficina

Rubro	Descripción	Cantidad (Unidades)	Costo Unitario	Costo Total
Computador	Laptop HP Core i7	1	\$600	\$600
Cámara Digital	Cámara Nikon L340	1	\$400	\$400
Impresoras	Impresora HP Deskjet k	1	\$70	\$70
Tóner	Kit Tinta	1	\$40	\$40
TOTAL				\$1110

Mano de obra operativa especializada requerida.

De la Tabla 26. Nómina de la Empresa se seleccionó solo el personal operativo.

Tabla 26.
Nómina de la Empresa

Cargo	Sueldos	Aporte Patronal 11.15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Gasto Personal
Jefe Operativo	\$ 1.200,00	\$ 133,80	\$ 1.200,00	\$ 386,00	\$ 2.919,80
1 Obrero	\$ 386,00	\$ 43,04	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 1.201,04
Gasto Personal Remuneración Mensual					\$ 1.762,84
Gasto Personal Remuneración Anual					\$ 21.154,08
Gasto Personal Beneficios Sociales Anual					\$ 2.358,00
Total Remuneración y Beneficios Sociales Anual					\$ 23.512,08

Otras Necesidades

Dentro de Otras Necesidades se tiene los costos de la construcción del invernadero para las plantas que se tiene detallado en la Tabla 25, y los gastos de capacitación para el personal de la empresa.

Tabla 25.
Costo Invernadero

Material	Monto (Dólares)
1. Adecantamiento terreno	200,00
2. Construcción metálica	1300,00
3. Cubierta de plástico	500.00
4. Construcción pequeña bodega	1000.00
Total	3.000,00

A los costos del invernadero se destinará adicional \$200 al mes para conseguir cursos al personal operativo en temas relacionados con jardinería y trabajos complementarios.

Cuantificación del presupuesto requerido para estas adquisiciones.

Tabla 40.
Resumen Presupuesto Adquisiciones

Necesidad o Requerimiento	Monto (Dólares)
Maquinaria y Equipo (Ver Sección 4.3 Necesidades y Requerimientos)	\$ 6.300,00
Materia Prima(Ver Sección 4.3 Necesidades y Requerimientos)	\$14.520,00
Personal Operativo (Ver Sección 4.3 Necesidades y Requerimientos)	\$23.512,08
Otras Necesidades (Ver Sección 4.3 Necesidades y Requerimientos)	\$5.400,00
TOTAL	\$48.732.08

4.4. PLAN DE PRODUCCION:

De acuerdo a los tiempos determinados anteriormente en la sección 4.2.4 Análisis de la capacidad del proceso se estima un tiempo de 0,03 hora para la ejecución de un metro cuadrado de mantenimiento de jardines y 0.16 hora para la ejecución de un metro cuadrado de diseño de jardines, para poder desarrollar los servicios el proyecto cuenta con 2 personas en nómina para ejecutar un mismo servicio (mantenimiento o diseño) por lo cual se estima el tiempo de un empleado y la capacidad instalada sería la siguiente:

Tabla 41.
Capacidad Instalada

DESCRIPCION	MANTENIMIENTO	DISEÑO
Número de días laborales al mes	22	
Número de horas laborables diarios	8	
Horas por operario/mes	176	
Total hora año	2112	
Dedicación Tiempo (60% mantenimientos y 40% diseños)	1267	845
Horas por servicio por m2	0,03	0,16
Nro. De Metros Cuadrados que se puede atender al año de cada tipo de servicio	39293	5305

Se debe mencionar que la capacidad instalada se determinó de acuerdo al tiempo promedio en cada uno de los servicios con las respectivas holguras y aplicando la proporcionalidad de 60% para mantenimiento y 40% para diseño del tiempo disponible, por lo cual se fijó que el proyecto estará en capacidad de afrontar 39293 m2 de mantenimientos de jardines y 5305 m2 de diseños de jardines al año.

4.4.1 Capacidad Utilizada y Proyectada

Para determinar la capacidad utilizada del proyecto se procedió a comparar la proyección de metros cuadrados a comercializar con la capacidad instalada del proyecto para prestar el servicio.

Tabla 42.

Capacidad Utilizada y Proyectada

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidad de Medida (m2)					
Capacidad Instalada Mantenimiento Jardines Tabla 41	39.293	39.293	39.293	39.293	39.293
Proyección Ventas Mantenimiento Tabla 36	34.698	36.433	38.255	40.167	42.176
Unidad de Medida (m2)					
Capacidad Instalada Diseños Tabla 41	5.305	5.305	5.305	5.305	5.305
Proyección Ventas Diseño Tabla 36	1.928	2.024	2.125	2.232	2.343
Unidad de Medida (%)					
Porcentaje Ocupación Mantenimiento	88,31%	92,72%	97,36%	102,23%	107,34%
Porcentaje Ocupación Diseño	36,34%	38,15%	40,06%	42,07%	44,17%

Como se puede observar el proyecto está en capacidad de afrontar durante los primeros tres años con la distribución de tiempo establecida, pero a partir del cuarto requerirá mayor capacidad para mantenimientos de jardines de acuerdo a las estimaciones realizadas por lo cual se buscara una nueva distribución utilizando el tiempo sobrante en diseño de jardines y así hacer frente a un posible incremento de la demanda o a tener servicios de mantenimientos de jardinería simultáneos

4.4.2 Carga Laboral de acuerdo a las Proyecciones de Ventas

El número de horas de carga laboral se determinó de acuerdo al número de metros cuadrados a ser comercializados anualmente y el promedio de tiempo que se utiliza en realizar los mantenimientos y diseños respectivamente.

Tabla 43.
Determinación Carga Laboral

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidad de Medida (m2) de Ventas Proyectadas					
Mantenimiento de Jardines - Tabla 36	34.698	36.433	38.255	40.167	42.176
Diseño y Construcción de Jardines - Tabla 36	1.928	2.024	2.125	2.232	2.343
Proporcional Horas					
Tiempo por m2 mantenimiento – Tabla 37	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
Tiempo por m2 diseño – Tabla 37	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16
Horas					
Número de horas requeridas mantenimiento anual	1119	1175	1234	1295	1360
Número de horas requeridas diseño anual	307	322	338	355	373
TOTAL HORAS	1426	1497	1572	1651	1733

En el primer año de acuerdo a los metros cuadrados comercializados el proyecto requerirá que el personal trabaje 1426 horas y al año 5 se necesitará 1733 horas anuales, por lo cual el proyecto no necesitará la contratación de personal adicional.

Lo que se ratifica con la holgura de tiempo de trabajo existente detallado en la tabla siguiente.

Tabla 44.
Holgura de Tiempo (Horas)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Horas de Trabajo Disponibles Mantenimiento anual	1267	1267	1267	1267	1267
Horas de Trabajo Disponibles Diseño anual	845	845	845	845	845
Número de horas requeridas mantenimiento anual	1119	1175	1234	1295	1360
Número de horas requeridas diseño anual	307	322	338	355	373
Horas de holgura mantenimiento anual	148	92	33	-28	-93
Horas de holgura diseño anual	538	522	506	489	472

Conforme va incrementándose la comercialización de los servicios de mantenimiento y diseño de jardines la holgura de horas va disminuyendo, por lo cual el proyecto evaluará la utilización de horas de holgura de diseño para mantenimiento o la contratación de personal adicional.

4.5. PLAN DE COMPRAS:

Basado en el Plan de Producción.

Se debe establecer primeramente que para el servicio de mantenimiento de jardines en relación a compras de materia prima (plantas ornamentales) será mínima simplemente se considerará para el cambio de las que se encuentren en mal estado, en su totalidad irán destinadas a los diseños de jardines.

Tabla 45.

Necesidad Mensual de Plantas

Detalle	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Metros Cuadrado de Diseño Anuales Ver Tabla 42	1.928	2.024	2.125	2.232	2.343
Metros Cuadrado de Diseño Mensuales	161	169	177	186	195
Número de plantas por metro cuadrado	5	5	5	5	5
Total Plantas mensuales requeridas	803	843	886	930	976

Según indicación de los expertos en las entrevistas realizadas en elaboración de jardines se utilizan como máximo 5 plantas por metro cuadrado, por lo cual en los diseños la necesidad de plantas no excede la capacidad de crecimiento de 1000 plantas.

En el servicio de mantenimiento debido a que su necesidad no será grande tenemos un remanente de la producción mensual de 1000 plantas que el proyecto manejará desde el año 1 al 5.

Plan de Compras

Para la compra de insumos determinados en el punto de equilibrio del capítulo 3 en la Tabla 28 Costos Variables a excepción de los honorarios de la diseñadora todos los insumos serán adquiridos trimestrales dado que en promedio las plantas que manejará el proyecto se demoran en crecer ese lapso de tiempo.

Tabla 46.
Plan de Compras

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Monto Inversión (trimestral)	1950			1950			1950			1950		
Disponibilidad Plantas			3000			3000			3000			3000
Producción (cantidad plantas requeridas)			1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000

Según indicación de los expertos en los mantenimientos de jardines únicamente se necesita de la maquinaria y la mano de obra, en relación a insumos la necesidad es mínima y podrá ser abastecida por los sobrantes de los insumos adquiridos para la producción de plantas que por la cantidad en la que se adquiere siempre se tiene.

La inversión trimestral de \$1950.00 como se determinó en la Tabla 28 incluye semilla, tierra negra, abono, cascajo, hojarasca, tomo arroz y se cancelará en efectivo dado que por tratarse de proveedores informales no se concede crédito al proyecto.

Identificación de proveedores

Para que el proyecto se provea de materia prima se debe adquirir la semilla para lo cual se tiene tres opciones de adquisición que son contactos de la persona que será encargada de producción:

- Viveros de la Ciudad de Patate donde se puede encontrar semillas o plantas con diferentes tiempos de crianza.
- Negocio Agro vital Cía. Ltda. en la parroquia de Nayón
- Proveedor colombiano (Sr. John Juárez) que suministra semillas a los viveros de la parroquia de Nayón en la misma localidad.

Con respecto a proveedores de insumos como abono, tierra negra, hojarasca y cascajo de igual manera se tiene identificado al proveedor en la parroquia de Puenbo al Nororiente de la ciudad de Quito (Sra. Silvia Caiza).

Capacidad de atención de pedidos

Los proveedores nacionales cuentan con la capacidad de atender los pedidos que se realicen que para el caso del proyecto serán trimestrales; sin embargo, se podrá tener pedidos inesperados que entre las tres opciones se pueden adquirir, solamente con el proveedor colombiano no se podría manejar pedidos en corto tiempo dado que el viene cada quince días a la localidad de Nayón.

Tabla 47.

Cantidades de Compras

Concepto	Monto (Dólares)	Cantidad
Semilla	300,00	3000 semillas
Tierra Negra	250,00	Volqueta
Abono	320,00	Volqueta
Cascajo	320,00	Volqueta
Hojarasca	300,00	Camión
Tomo Arroz	300,00	Camión
Químicos	100,00	2 galones
TOTAL	1890.00	

Importancia relativa de los proveedores

La importancia de los proveedores, en especial de la materia prima como las semillas, es grande dado que el proyecto no puede darse la oportunidad de tener un proveedor que no garantice la calidad de las semillas para que crezcan sin inconvenientes.

Pago a proveedores planeación de compras

En el caso del proveedor colombiano de semillas solo maneja pagos en efectivo y no ofrece crédito, los proveedores nacionales en Patate solo aceptan pago en efectivo, Agro Vital Cía. Ltda. cuenta con formas de pago en efectivo o tarjeta de crédito y finalmente la proveedora Silvia Caiza no ofrece crédito.

4.6. KPI's de desempeño del proceso productivo

4.6.1. Defina los KPI's del proceso de servicio de su proyecto.

Tabla 48.

KPI Servicios Diseño y Mantenimiento Jardines

Proceso	Actividad	KPI	Responsable	Frecuencia	Meta
Contacto con el cliente	Estrategia de Distribución	Cientes decididos por los servicios / clientes contactados por distribución	Gerente General	Mensual	20%
	Estrategia de Promoción	Cientes decididos por los servicios / clientes contactados por promoción	Gerente General	Mensual	20%
	Estrategia de Comunicación	Cientes decididos por los servicios / clientes contactados por comunicación	Gerente General	Mensual	20%
	Contacto con clientes potenciales	Cientes Decididos por los servicios/ Clientes Contactados	Gerente General	Semanal	25%
Ejecución del servicio	Brindar servicio de mantenimiento	Horas Utilizadas vs Horas Planificadas	Jefe de Producción	Mensual	Máximo 30 minutos adicionales a lo planificado
	Brindar servicios de diseños	Horas Utilizadas vs Horas Planificadas	Jefe de Producción	Mensual	Máximo 2 horas adicionales a lo planificado
Servicio Post Venta	Acercamiento de servicios complementarios	Cientes decididos por servicios complementario s/ Total Clientes Actuales	Jefe Marketing	Mensual	25%
	Medición de la satisfacción del cliente	Cientes Satisfechos por medio de encuesta en su primer mantenimiento o diseño/ Clientes Atendidos	Jefe Marketing	Mensual	80%
Financiero	Cobro de mantenimientos y diseños	Cobro Mensual / Facturación Mensual	Gerente General	Mensual	90%

4.7. Conclusiones del capítulo

El capítulo de operaciones permite conocer a fondo las capacidades y debilidades que pueden llegar a tener el proyecto internamente, para lo cual se pudo dimensionar el número de horas mínimo a destinar a cada uno de los servicios a ofertar uno a la vez incluido la holgura:

- Mantenimientos de Jardines 100 m²: 3 horas
- Mantenimientos de Jardines 500 m²: 15 horas
- Diseño de Jardines 100 m²: 13 horas
- Diseño de Jardines 500 m²: 65 horas

Y con el tiempo de ocupación se determinó el volumen que está en capacidad de afrontar anualmente, teniendo como máximo poder brindar:

- Mantenimientos de Jardines: 39293 metros cuadrados
- Diseños de Jardines: 5305 metros cuadrados

El proyecto durante sus primeros cinco años tiene la capacidad de afrontar el crecimiento de la comercialización de servicios sin la necesidad de contratar personal adicional.

Los KPIs están determinados de acuerdo a los procesos del emprendimiento, los mismos que permitirán evaluar las debilidades o deficiencias de acuerdo a un seguimiento periódico con la finalidad de ir disminuyendo o aumentando el indicador de acuerdo al proceso.

5. PLAN FINANCIERO

5.1. Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero.

El proyecto considera los siguientes supuestos para la elaboración del plan financiero:

- La inflación promedio de los últimos tres años es de 0.72% de acuerdo a la Tabla 12 que será usada en las proyecciones de gastos e ingresos del Estado de Resultados, Balance General y Flujo de Efectivo.
- Para la proyección de ventas se utiliza desde el primer año un 5% hasta el quinto año de acuerdo a la sección 3.11.3.4 Estimación del segmento de mercado (tamaño y crecimiento) a ser utilizada en la proyección del Estado de Resultados, Balance General y Flujo de Efectivo.
- En el Balance General se manejará el supuesto del 2% del total de ventas como Cuentas por Cobrar.
- En el Balance General se manejará un supuesto que quedan 2000 plantas al final del año como Inventario.
- En el Balance General la depreciación será manejada con el método de línea recta de acuerdo a la normativa contable vigente.
- En el Balance General las utilidades se acumularán en los cinco años
- El préstamo se accederá con el método alemán que maneja cuotas diferentes.
- La Participación Trabajadores es del 15% y el Impuesto a la Renta del 25%.

5.2. Estados Financieros Proyectados

5.2.1. Estados de resultados.

Para la elaboración de la proyección del Estado de Resultados se tomó en cuenta los supuestos descritos anteriormente y cuya información está descrita en la sección 3.11.6. ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

Tabla 49.
Proyección Estado de Resultados USD

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	72.288	76.448	80.847	85.500	90.421
Compras	14.520	14.624	14.730	14.835	14.942
Mano de Obra	23.512	23.681	23.851	24.023	24.196
UTILIDAD BRUTA	34.256	38.142	42.266	46.642	51.283
Gastos Administrativos					
Gastos Sueldos	20.007	20.151	20.296	20.442	20.589
Gastos Beneficios Sociales	1.886	1.900	1.913	1.927	1.941
Gastos Marketing					
Gastos Distribución	935	942	948	955	962
Gastos Promoción	760	765	771	777	782
Gastos Comunicación	3.840	3.868	3.895	3.923	3.952
Gastos Generales					
Patente	22	22	22	22	23
Impuesto Predial	150	151	152	153	154
Gastos Capacitación	200	201	203	204	206
Depreciación Maquinaria	519	519	519	519	519
Depreciación Equipos Computación	370	370	370		
Depreciación Instalaciones	300	300	300	300	300
Gasto Seguro	250	226	197	164	124
UTILIDAD ANTES INTERESES, IMPUESTOS Y PARTICIPACION	5.017	8.727	12.679	17.255	21.732
Gastos de Intereses Prestamos	3.013	2.530	1.959	1.284	485
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS Y PARTICIPACION	2.003	6.197	10.720	15.971	21.246
15% Participación Trabajadores	300	930	1.608	2.396	3.187
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	1.703	5.268	9.112	13.576	18.060
25% Impuesto Renta	426	1.317	2.278	3.394	4.515
UTILIDAD NETA	1.277	3.951	6.834	10.182	13.545

Como se determina en la proyección del Estado de Resultados el proyecto genera utilidades desde el primer año \$1.277 hasta el año 5 con \$13.545 lo que resulta optimista.

5.2.2. Estado de situación o balance general

Tabla 50.

Proyección Balance General USD

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
Corrientes					
Efectivo	11.947	15.731	22.005	30.917	42.486
Cuentas por Cobrar (a)	1.446	1.529	1.617	1.710	1.808
Inventarios (b)	1.300	1.309	1.319	1.328	1.338
No Corrientes					
Equipos Computación	1.110	1.110	1.110	-	-
Maquinaria y Equipo	5.190	5.190	5.190	5.190	5.190
Instalaciones	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Depreciación Equipos Computación	(370)	(740)	(1.110)		
Depreciación Maquinaria y Equipo	(519)	(1.038)	(1.557)	(2.076)	(2.595)
Depreciación Instalaciones	(300)	(600)	(900)	(1.200)	(1.500)
TOTAL ACTIVO	22.803	25.491	30.674	38.870	49.727
PASIVOS	20.726	19.463	17.812	15.826	13.139
Corrientes					
Instituciones Financieras CP (c)	2.783	3.290	3.890	4.599	5.437
No corrientes					
Instituciones Financieras LP (d)	17.217	13.926	10.036	5.437	-
15% Participación Utilidades	300	930	1.608	2.396	3.187
25% Impuesto Renta	426	1.317	2.278	3.394	4.515
PATRIMONIO	2.077	6.028	12.862	23.044	36.588
Capital Social	800	800	800	800	800
Utilidades (d)	1.277	5.228	12.062	22.244	35.788
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	22.803	25.491	30.674	38.870	49.727

- a) Las cuentas por cobrar representan el 2% del total de las ventas
- b) La producción de plantas de acuerdo a la Tabla 49 se realizan en los meses de Marzo, Junio, Septiembre y Diciembre a una cantidad de 3000 unidades y como se necesita 1000 mensuales quedarían 2000 unidades que a un costo unitario de \$0.63 para el primer año da \$1,260.00.
- c) Las Instituciones Financieras CP representan la deuda del año en curso
- d) Las Instituciones Financieras LP indican la deuda de los siguientes años
- e) Las Utilidades no se distribuyen por tanto se acumulan en los primeros cinco años.

5.2.3. Estado de flujos de caja

Para la inversión inicial se estima los siguientes rubros:

Tabla 51.

Inversión Inicial USD

DETALLE	VALOR
Equipamiento	\$ 6.300,00
Adecuaciones	\$ 3.000,00
Capital de Trabajo	\$ 10.290,27
Estrategias Marketing	\$ 2.075,00
Gastos Apertura	\$ 1.090,94
TOTAL	\$ 22.756,21

El equipamiento y adecuaciones se detallaron en la sección 4.3 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS. En el caso de estrategias se indicó en la sección 3.11.6. ESTRATEGIAS DE MERCADEO y se establece por tres meses. En relación a los gastos de apertura se encuentran descritos en la sección 3.6.4 Gastos de Constitución.

Y con respecto al capital de trabajo corresponde a 3 meses de sueldo, que se toma como precaución sobre cualquier eventualidad financiera que el proyecto pueda tener.

5.2.3.1. Financiamiento

El financiamiento de la inversión inicial será en un 12,11% financiado por los accionistas \$2.756,21 y el restante 87,89% por medio de un préstamo de

\$20.000,00 con una tasa del 16.74% y un plazo de 5 años. A continuación, se muestra el detalle del financiamiento de acuerdo al Anexo 11.

Tabla 52.

Financiamiento USD

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	20.000	17.217	13.926	10.036	5.437
Cuota	6.046	6.046	6.046	6.046	6.046
Gasto Interés	3.013	2.530	1.959	1.284	485
Gasto Seguro	250	226	197	164	124
Amortización Capital	2.783	3.290	3.890	4.599	5.437
Saldo Final	17.217	13.926	10.036	5.437	-

5.2.3.2 Proyección de Ingresos

Se considera la información descrita en la Tabla 36 Proyección Ventas

Tabla 36.

Proyección Ventas

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidad de Medida (m2)					
Diseño y Construcción de Jardines	1.928	2.024	2.125	2.232	2.343
Mantenimiento de Jardines	34.698	36.433	38.255	40.167	42.176
Total unidades	36.626	38.457	40.380	42.399	44.519
Precio (dólares)					
Diseño y Construcción de Jardines	15	15,11	15,22	15,33	15,44
Mantenimiento de Jardines	1,25	1,26	1,27	1,28	1,29
Ingresos (Dólares)					
Diseño y Construcción de Jardines	28.915	30.579	32.339	34.200	36.168
Mantenimiento de Jardines	43.373	45.869	48.508	51.300	54.252
TOTAL INGRESOS	72.288	76.448	80.847	85.500	90.421

Como se determinó en los supuestos el crecimiento proyectado de ingresos es el resultado del incremento del 5% en la cantidad de servicios desde el primer año hasta el quinto año dado por la combinación de la inflación que afecta al precio y el crecimiento del mercado meta.

5.2.3.3 Proyección Egresos

Esta información se encuentra en la sección 3.11.6. ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

Tabla 53.
Proyección Egresos USD

	Gasto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO FIJO	Gastos Distribución	935	942	948	955	962
	Gastos Promoción	760	765	771	777	782
	Gastos Comunicación	3.840	3.868	3.895	3.923	3.952
	Gastos Capacitación	200	201	203	204	206
	Impuesto Predial	150	151	152	153	154
	Patente	22	22	22	22	23
	Gasto Interés	3.013	2.530	1.959	1.284	-
	Personal Administrativo	20.007	20.151	20.296	20.442	20.589
	Beneficios Sociales Administrativo	1.886	1.900	1.913	1.927	1.941
COSTO VARIABLE	Gasto Transporte	3.120	3.142	3.165	3.188	3.211
	Materia Prima	11.400	11.482	11.565	11.648	11.731
	Remuneraciones Operativo	21.154	21.306	21.459	21.614	21.769
	Beneficios Sociales Operativo	2.358	2.375	2.392	2.409	2.427
	TOTAL	68.845	68.836	68.741	68.546	67.746

Los egresos fueron proyectados de acuerdo al promedio de inflación de los últimos tres años 0.72% de que se determinó en la Tabla 12.

5.2.3.4 Estado de Flujo de Caja

Tabla 54.

Estado Flujo de Caja Proyecto USD

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Antes Interés Impuesto y Participación		5.017	8.727	12.679	17.255	21.732
Gastos de Depreciación		1.189	1.189	1.189	819	819
Participación Trabajadores		300	930	1.608	2.396	3.187
Impuesto Renta		426	1.317	2.278	3.394	4.515
FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO		5.479	7.670	9.982	12.284	14.849
Inversiones	(22.756)					
GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)	(22.756)					
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	(22.756)	5.479	7.670	9.982	12.284	14.849

Tabla 55.

Estado Flujo del Inversionista USD

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	(22.756)	5.479	7.670	9.982	12.284	14.849
Préstamo	20.000					
Gasto Interés		(3.013)	(2.530)	(1.959)	(1.284)	(485)
Gasto Seguro		(250)	(226)	(197)	(164)	(124)
Amortización Capital		(2.783)	(3.290)	(3.890)	(4.599)	(5.437)
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	(2.756)	(567)	1.623	3.935	6.238	8.802

5.2.4. Análisis de relaciones financieras: Índices aplicables a la empresa e industria, además de VAN, TIR, PRI y análisis de punto de equilibrio.

Para la determinación del CAPM y WACC se ha utilizado la siguiente información:

Tabla 56.
Información para Indicadores

VARIABLE	DATOS	FUENTE
Tasa Libre de Riesgo	3,126	Bono Tesoro Estado Unidos - 10 años - Investing.com, 2018
Prima Riesgo Mercado	7.50%	Damodaran, se refiere al rendimiento esperado de una cartera de mercado en el Ecuador
Beta	1,02	Damodaran, se escogió la Beta Apalancada de la Industria de Bienes Raíces (Operaciones y Servicios), la más compatible con el servicio a ofertar
Riesgo País	692	Banco Central del Ecuador, 2018
Tasa de Impuestos	25%	Servicio Rentas Internas, 2014
Participación Trabajadores	15%	Servicio Rentas Internas, 2014
Escudo Fiscal	36,25	SRI, IESS
Deuda	20.000,00	Balance General año1
Patrimonio	2.077,09	Balance General año1
Costo Deuda Actual	16,74	Banco Guayaquil

En base a la información descrita se procedió a calcular la tasa de descuento para descontar los flujos futuros, teniendo los siguientes resultados:

Tabla 57.
Tasa de Descuento

Tasa de Descuento	
WACC	12,71%
CAPM	32,38%

Tabla 58.
Criterios de Evaluación

	Evaluación Flujos Proyecto	Evaluación Flujos Inversionistas
PRI	2,96	3,05
VAN	\$ 9.657,84	\$2.745,27
TIR	27,74%	63,97%

No se consideran los intereses porque el valor tiempo del dinero proveniente de los recursos ajenos, debería estar considerado en la tasa de descuento del FCF. No se toman en cuenta las amortizaciones de la deuda porque, si la inversión inicial está compuesta en parte por recursos ajenos, al incluir las amortizaciones estaríamos castigando la inversión inicial dos veces". (Bejar-León, L., Jijon-Gordillo, E., y Soria-Freire, V., Julio 2017)

Los criterios determinados indican que tanto el flujo de caja del proyecto como del inversionista son positivos dado que la Tasa Interna de Retorno es superior a la Tasa de Descuento, lo que quiere decir que los inversionistas además de recuperar su inversión obtendrán rendimientos superiores al costo de oportunidad.

Análisis de sensibilidad

Se procedió en base a la variación de precios recalcular los nuevos flujos de caja y los VAN y cómo se puede corroborar a un precio de \$15 el metro cuadrado de diseño de jardín y a \$1.25 el metro cuadrado de mantenimiento de jardín es el escenario más conveniente para iniciar el emprendimiento.

Tabla 59.
Análisis Sensibilidad

		PRECIO (Diseño/Mantenimiento)				
		14/1,15	14,5/1,20	15/1,25	15,5/1,30	16/1,35
TASA DE DESCUENTO	WACC	12,63%	12,67%	12,71%	12,75%	12,78%
EVALUACION FLUJOS PROYECTO	PRI	4,92	3,66	2,89	2,51	2,18
	VAN	(3.225,11)	3.505,81	9.657,84	15.604,52	21.543,66
	TIR	7,39%	18,25%	27,74%	36,51%	45%

5.2.5. Impacto Económico, Regional, Social y Ambiental

Tabla 60.
Criterios de Ponderación de Impactos

Valor	Descripción
0	Impacto Nulo
1	Impacto Bajo
2	Impacto Medio
3	Impacto Alto

Tabla 61.
Valoración de los Impactos

Valor	Impacto	Justificación
3	Económico	Tiene un valor de 3 dado que se está generando ingresos tanto para las familias involucradas en el emprendimientos como a las familias que proveen de insumos o servicios al proyecto.
2	Regional	Si bien este emprendimiento tiene una zona de influencia en el Valle de Cumbayá, Tumbaco y Puembo puede replicarse en otras zonas.
3	Social	Tanto la mano de obra como de proveedores será local por lo cual se está generando fuentes de empleo directo como indirecto.
3	Ambiental	El impacto ambiental es alto dado que con la implementación de jardines de cualquier dimensión estamos ayudando al medio ambiente y generando conciencia ambiental. Además el proyecto busca promover el uso adecuado de químicos y abonos orgánicos para que no existan impactos ambientales.

5.2.6 Indicadores financieros

Tabla 62.

Resultados Indicadores

Razón	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Índices Liquidez					
Razón Corriente	4,33	4,23	4,70	5,48	6,38
Capital de Trabajo	9264,36	11120,94	15512,41	22432,37	31894,22
Prueba Ácida	6664,36	8502,22	12874,83	19775,80	29218,53
Índices Rentabilidad					
Margen Utilidad Bruta	0,47	0,50	0,52	0,55	0,57
Margen Utilidad Neta	0,02	0,05	0,08	0,12	0,15
Rendimientos Sobre Activos Totales	0,06	0,19	0,28	0,34	0,35
Rendimiento Capital Accionistas	0,61	0,66	0,53	0,44	0,37
Rendimiento sobre Capital Invertido	0,07	0,20	0,30	0,36	0,37
Índices Apalancamiento					
Razón Deuda Activos	1,01	0,93	0,74	0,53	0,34
Razón Deuda Largo Plazo Capital	0,96	0,95	0,93	0,87	0,00
Razón Cobertura Intereses	1,66	3,45	6,47	13,44	44,80

Los indicadores anteriores ratifican financieramente la viabilidad del proyecto ya que brinda rentabilidad a sus accionistas

5.3 Conclusiones del Capitulo

Financieramente el proyecto es viable determinado por una proyección de ventas un tanto conservadora de 5% desde el primer año hasta el quinto y una proyección igual de conservadora del precio de venta dado que utilizó la tasa de inflación promedio de los últimos tres años. Así al proyectar el estado de resultados nos indica que desde el año uno el proyecto genera utilidades que van incrementando hasta el año cinco.

Además, el Valor Actual Neto del proyecto dio mayor a cero (USD \$9657.84) y la Tasa Interna de Retorno (27.74%) de los flujos que generará el proyecto fue mayor a la Tasa de Descuento (12.71%), lo que ratifica la viabilidad del emprendimiento.

6. CONCLUSIONES GENERALES DE LA TESIS

1. El proyecto se desarrolla dentro de un marco normativo que no exige requerimientos adicionales a los temas societarios, tributarios, laborales y ambientales necesarios para comenzar un emprendimiento en cualquier tipo de actividad.
2. En el proyecto plantea proveer servicios de mantenimiento y diseño de jardines a proyectos inmobiliarios y/o personas naturales que deseen darle un aspecto diferente a sus áreas verdes, por tanto, el proyecto depende totalmente del sector de la construcción que es el que dinamiza los tipos de servicios complementarios como el del emprendimiento planteado.
3. El proyecto pretende aprovechar la recuperación del sector de la construcción que fomentada por la derogatoria de la Ley de Plusvalía y apoyada por la colocación de fondos por parte del BIESS pueden generar nuevos proyectos inmobiliarios o ayudar a las personas a adquirir bienes inmuebles que son materia prima del emprendimiento.
4. En relación a la estrategia de mercadeo el proyecto pretende vía promociones, publicidad y acercamiento al cliente basar su imagen en la parte operativa del proyecto resaltando el contar con personal con la suficiente experiencia en brindar los servicios de mantenimiento y diseño, contar con la maquinaria para brindar un servicio óptimo, y garantizar el servicio de acuerdo a la calidad de las plantas que el mismo proyecto se encargara de producir.
5. De acuerdo a la encuesta realizada y como se determina en la Tabla 19 existen 150 casas con espacios disponibles para áreas verdes de las cuales el proyecto se enfocará en un inicio en 65 bienes inmuebles que cuentan con diferentes dimensiones de áreas verdes que con una estrategia no tan agresiva podrían optar por los servicios del proyecto bien porque no están satisfechos con su proveedor actual o porque todavía no

tienen un proveedor debido a que los inmuebles están en construcción. Esa cifra se puede incrementar (85 casas) presentando una oferta llamativa a los propietarios que ejecutan su propio mantenimiento o de los propietarios que tienen un proveedor y se encuentran satisfechos.

Con lo mencionado manejando correctamente la estrategia planteada el proyecto puede llegar alcanzar el mínimo mensualmente requerido de 153 m² de diseño y 2754 m² de mantenimientos en el primer año, dado que asumiendo que los hogares tienen un promedio de 100m² necesitaríamos de 29 hogares teniendo una penetración en el mercado del 19% que se considera alcanzable.

6. Si bien existe un mercado potencial para el desarrollo del proyecto se buscara ampliar el espectro de acción buscando extenderse a las parroquias del nororiente como Pifo, Yaruqui, Tababela, Checa.
7. En la parte operativa se procedió a determinar tiempos promedios en la ejecución de los servicios, teniendo que un trabajador en un metro cuadrado de mantenimiento ocupa 0.03 de hora y en un metro cuadrado de diseño 0.16 de hora.
8. En la estructuración del plan financiero se utilizaron proyecciones basados en el crecimiento del sector en el cual el emprendimiento se va desarrollar y de acuerdo a un promedio de los tres últimos años de la inflación del Ecuador, por lo cual desde el primer año se establece un crecimiento del 5% hasta el quinto año en cantidad de servicios.
9. De acuerdo a los supuestos descritos anteriormente se establece un Valor Actual Neto de \$9.657,84 y una Tasa Interna de Retorno de 27.74% mayor a la Tasa de Descuento de 12.71%, lo que indica la rentabilidad por lo cual se concluye en la viabilidad del proyecto.

REFERENCIAS

- Academia. (2018a). Modelo CAPM. Recuperado el 17 de agosto del 2018 de http://www.academia.edu/36445223/MODELO_CAPM
- Academia. (2018b). Costo Promedio Ponderado del Capital. Recuperado el 7 de agosto del 2018 de http://www.academia.edu/12143423/COSTO_PROMEDIO_PONDERADO_DEL_CAPITAL_WACC_un_enfoque_en_mercados_en_desarrollo
- Albardonedo A. (2002). Historia de la Jardinería. Recuperado el 17 de agosto del 2018 de http://www.wikiwand.com/es/Historia_de_la_jardiner%C3%ADa
- Bejar-León, L., Jijon-Gordillo, E., y Soria-Freire, V. (Julio, 2017) Valoración de flujos futuros mediante el uso eficiente del costo promedio ponderado de capital (WACC). Polo del Conocimiento. Ed 9, 2(7), 156-189. DOI: 10.23857/casedelpo.2017.2.7.jul.156-189
- Banco Central del Ecuador. (2018a). Información Estadística Mensual. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Publicaciones/Notas/Catalogo/IEMensual/Indices/m1997072018.htm>
- Banco Central del Ecuador. (2018b). Información Estadística Mensual. Recuperado el 17 de agosto del 2018 de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=1>
- Banco Central del Ecuador. (2018c). Estadísticas Macroeconómicas Presentación Coyuntural. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro072018.pdf>
- Beverley, D. y Phillips, B. (2008). El Jardín (Planificación, diseño, cultivo y poda). Reino Unido: Parragon Books Ltd.
- Brealey, R., Myers, S. y Allen, F. (2010). Principios de Finanzas Corporativas. Novena Edición. México: Mc Graw Hill.

- Brookes, J. (2007, p.40). Diseño de Jardines. Segunda Edición. España: Blume.
- Cámara de Industria de la Construcción. (2017, pag.3). Informe Inmobiliario Camicon Quito.
- Conran, T. y Pearson, D. (2000, p.16). El Jardín Paisaje y Diseño. España: Blume.
- Consejo de la Judicatura. (2015). Resolución 010-2015. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <http://www.funcionjudicial.gob.ec/www/pdf/resoluciones/010-2015.pdf>
- Córdova, L. (2015). Aplicación de herramientas de gestión agro empresarial en un negocio familiar de servicios de mantenimiento de áreas verdes, jardinería y paisajismo para la ciudad de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/3708?locale=es>
- Cueva, J. (2015). Estudio de factibilidad para la instalación de una microempresa de jardinería para el diseño y mantenimiento de fincas en la parroquia de Vilcabamba del cantón Loja. Recuperado de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1648/1/T-UIDE-0621.pdf>
- Dinardap. (2016). Resolución 002-NG-DINARDAP-2016. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <https://studylib.es/doc/5776698/resoluci%C3%B3n-no.-002-ng-dinardap>
- El Comercio. (2018). Gobierno dispone publicar derogación de la ley de plusvalía. Recuperado el 17 de agosto del 2018 de <https://www.elcomercio.com/actualidad/gobierno-publicacion-derogacion-ley-plusvalia.html>
- Gerencia de Mercadeo. (2018). Las Estrategias Competitivas Genéricas de Porter. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc057.htm>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón. (2018). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial – Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón 2017-2025, p. 25

Gobierno Autónomo Descentralizado de Quito. (2004). Ordenanza Metropolitana No.0135. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-135%20-%20IMPUESTOS%20PATENTES.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado de Quito. (2010). Ordenanza Metropolitana No.0308 Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <https://www.bomberosquito.gob.ec/images/pdf/juridico/ordenanzametropolitana308.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado de Quito. (2011). Ordenanza Metropolitana No.152. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de http://www.quito.gob.ec/documents/Portal_tributario/Normativa/predial/ORDM-0152_VALORACION_DEL_SUELO.pdf

Hernandez Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta Edición. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

INEC. (2017). Directorio de Empresas 2017. Recuperado el 17 de agosto del 2018 de http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true

Jardineriaon. (2008). Paisajismo. Recuperado de <https://www.jardineriaon.com/category/paisajismo>

Jardín Express. (2018). Recuperado el 24 de noviembre del 2018 de <http://www.jardinexpress.com.ec/>

Jardín Express Facebook. (2018). Recuperado el 24 de noviembre del 2018 de <https://www.facebook.com/jardinexpressecuador>

Jardines Flor y Campo. (2018), Recuperado el 24 de noviembre del 2018 de <http://jardinesflorycampo.com/>

Kotler, P. y Keller, K. (2012). Dirección de Marketing. Décimo Cuarta Edición. México: Person Educacion

Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. (2015). Registro Oficial Suplemento 463, Quito, Ecuador, de 17 de Noviembre de 2004. Incluye reformas hasta el 28 de Diciembre de 2015.

Maldonado, M. (2015). Estudio de mercado para la implementación de una empresa de producción y comercialización de plantas ornamentales y de diseño de jardines. Quito, Pichincha. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/4791/1/T-UCE-0004-23.pdf>

McDaniel, C. y Gates, R. (2016). Investigación de Mercados. Décima Edición. México: Cengage Learning Editores S.A. DE C.V.

Ministerio del Ambiente. (2013). Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/1094589/Registro+Oficial+033+--+Categorizaci%C3%B3n+Ambiental+Nacional.pdf/6d74e4a4-2259-4c41-8114-8fb271799c1a?version=1.0>

Ministerio del Ambiente. (2014). Acuerdo Ministerial Nro. 006. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de http://suia.ambiente.gob.ec/documentos?p_p_auth=ZrM268AN&p_p_id=20&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&_20_struts_action=%2Fdocument_library%2Fview_file_entry&_20_redirect=http%3A%2F%2Fsuia.ambiente.gob.ec%2Fdocumentos%3Fp_p_auth%3DZrM268AN%26p_p_id%3D20%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26_20_entryEnd%3D20%26_20_displayStyle%3Dlist%26_20_viewEntries%3D1%26_20_viewFolders%3Dfalse%26_20_folderStart%3D0%26_20_struts_action%3D%252Fdocument_library%252Fview%26_20_folderEnd%3D20%26_20_entryStart%3D0%26_20_folderId%3D185880&_20_fileEntryId=187306

Ministerio del Trabajo. (2018). Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2018-0065. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/04/ACUERDO-UTILIDADES-2018.pdf>

- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2018). Base de Licencias Urbanísticas Municipales Cumbayá, Tumbaco y Puembo
- Porter, M. (2010). Ventaja competitiva: Crear y mantener un rendimiento superior. Ediciones Pirámide
- Revista Online Bienes Raíces Clave. (Junio 2018). Estadísticas de la Feria Mi Casa Clave. Recuperado de <https://www.clave.com.ec/2018/06/08/estadisticas-de-la-feria-mi-casa-clave/>
- Ross, S., Westerfield, R. y Jaffe, J. (2012). Finanzas Corporativas. Novena Edición. México: Mc Graw Hill.
- RT (Mayo 2018). Ecuador: los hechos más relevantes del primer año de gobierno de Lenin Moreno. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <https://actualidad.rt.com/actualidad/272805-primer-aniversario-gobierno-moreno-ecuador>
- Santesmases, M., Sanchez, B. y Valderrey, F. (2014). Fundamentos de Mercadotecnia. Primera Edición. México: Grupo Editorial Patria
- Secretaria de Ambiente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2013). Ordenanza Metropolitana No. 404. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/images/Secretaria_Ambiente/Documentos/calidad_ambiental/normativas/ORDENANZA%20METROPOLITANA%20No%200404.pdf
- Secretaria de Ambiente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (Enero 2014). Resolución de Acreditación No. 001 del 6 de enero del 2014. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/images/Secretaria_Ambiente/Documentos/calidad_ambiental/normativas/resol_no_001_mae_acred_mdmq_06.01.2014.pdf
- Servicio Rentas Internas. (2018a). Voy a iniciar mi negocio. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/voy-a-iniciar-mi-negocio>

Servicio Rentas Internas. (2018b). Como pago mis impuestos. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/como-pago-mis-impuestos1>

Superintendencia de Compañías. (2014). Ley de Compañías. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>

Superintendencia de Compañías. (2017). Estados Financieros. Recuperado el 24 de noviembre del 2018 de http://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_param.zul

Superintendencia de Compañías. (2018). Detalle de Actividad Económica. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de [https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1a%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Busqueda%20por%20Actividad%20Economic%20\(CIIU\)%27%5d&ui.name=Busqueda%20por%20Actividad%20Economic%20\(CIIU\)&run.outputFormat=&run.prompt=true](https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1a%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Busqueda%20por%20Actividad%20Economic%20(CIIU)%27%5d&ui.name=Busqueda%20por%20Actividad%20Economic%20(CIIU)&run.outputFormat=&run.prompt=true)

Superintendencia del Control de Poder de Mercado. (2018). Ley Orgánica Regulación y Control de Poder de Mercado. Recuperado el 09 de septiembre del 2018 de <http://www.scpm.gob.ec/images/marco-legal/LEY-Y-RLORCPM.pdf>

Terragarden. (2018). Recuperado el 24 de noviembre del 2018 de <http://terragarden.com.ec/web/>

Terragarden Facebook. (2018). Recuperado el 24 de noviembre del 2018 de <https://www.facebook.com/Terra-Garden-1819793934710093/>

Thomson, A., Peteraf, M., Gamble, J. y Strickland, A. (2012). Administración Estratégica. Décimo Octava Edición. México: Mc Graw Hill.

ANEXOS

ANEXO 1. Guía Rápida de Constitución de Compañías





ANEXO 2. Requisitos Patente



REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS TRIBUTARIAS – RAET (PATENTE) SOCIEDADES

REQUISITOS GENERALES	
Formulario de Inscripción firmado por el Representante Legal o Apoderado (En caso de que firme otra persona a su nombre será necesario presentar un poder especial)	
Original y copia simple o copia notariada de la cédula de identidad y certificado de votación (última elección) del Representante Legal o Apoderado.	
Original y copia simple o copia notariada del nombramiento vigente del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil o en la entidad de control respectiva. En el caso de Sociedades Civiles, De Hecho, Patrimonios Independientes o Autónomos con o sin Personalidad Jurídica, Contrato de Cuentas de Participación, Consorcio de Empresas, se requiere presentar original y copia simple o copia notariada del nombramiento del Representante Legal con reconocimiento de firmas o protocolizado.	
Copia simple del RUC.	
Copia simple de la factura o planilla de los servicios básicos donde ejecuta la actividad económica (De uno de los tres últimos meses)	
Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos firmado por el Representante Legal o Apoderado.	
Copia simple del RUC del contador. (Para Personas Jurídicas o Sociedades obligadas a llevar contabilidad)	
En el caso de que la Inscripción la realice una tercera persona, Original y copia simple o copia notariada de la cédula de identidad de la persona autorizada y que consta como tal en el formulario de Inscripción.	
REQUISITOS ADICIONALES	
Documento que sustente la creación de la Sociedad de acuerdo a cada tipo:	
Sociedades bajo el control de la Superintendencia de Compañías	Original y copia simple o copia notariada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
Sociedades bajo el control de la Superintendencia de Bancos y Seguros	Original y copia simple o copia notariada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
Organizaciones sin fines de lucro y bajo control de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.	Original y copia simple o copia notariada del Acuerdo Ministerial o copia simple del Registro Oficial donde se encuentre publicado.
Civiles y Comerciales o Civiles y Mercantiles	Original y copia simple o copia notariada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
Sector Público y Empresas Públicas	Original y copia simple o copia notariada de la Ley, Decreto, Ordenanza o Resolución de creación de la entidad o institución pública o copia simple del Registro Oficial donde se encuentre publicado.
Fideicomisos	Original y copia simple o copia notariada de la Escritura pública de creación o contrato social otorgado ante notario o juez.
Sucesiones Indivisas	Original y copia simple o copia notariada de la Posesión efectiva elevada a escritura pública.
Reporte de Actualización de datos de Contribuyentes proporcionado por el Servicio de Rentas Internas en los casos en los que la fecha de inicio de actividades registradas en el RUC no sea igual a la fecha de inicio de actividades en el Cantón Quito.	

ANEXO 3. Impuesto Predial

Personas Naturales

La fecha límite de pago para las personas naturales es hasta el mes de Mayo de cada año de acuerdo al último dígito de la cédula, luego de esta fecha el pago podrán realizarlo con el respectivo interés.

MAYO										
Noveno dígito de la cédula	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Fecha límite de declaración y pago	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28

**Se generan intereses a partir del día siguiente del vencimiento.*

Para personas Naturales obligadas a llevar contabilidad la fecha límite de pago es en el mes de Junio de acuerdo al noveno dígito del RUC.

JUNIO										
Noveno dígito del RUC	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Fecha límite de declaración y pago	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28

**Se generan intereses a partir del día siguiente del vencimiento.*

Personas Jurídicas

La fecha límite de pago para las personas Jurídicas es hasta el mes de Junio de cada año de acuerdo al noveno dígito del RUC, luego de esta fecha el pago podrán realizarlo con el respectivo interés.

JUNIO										
Noveno dígito del RUC	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Fecha límite de declaración y pago	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28

**Se generan intereses a partir del día siguiente del vencimiento.*

ANEXO 4. Producto Interno Bruto por Industria



4.3.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA (1)

Miliones de USD, millones de USD, 2007=100; tasa de variación anual, porcentaje

Periodo / Industrias	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	Acuicultura y pesca de camarón	Pesca (excepto camarón)	Petróleo y minas	Refinación de Petróleo	Manufactura (excepto refinación de petróleo)	Suministro de electricidad y agua	Construcción	Comercio	Alojamiento y servicios de comida	Transporte	Correo y Comunicaciones	Actividades de servicios financieros	Actividades profesionales, técnicas y administrativas	Enseñanza y Servicios sociales y de salud	Administración pública, defensa, planes de seguridad social obligatoria	Servicio doméstico	Otros Servicios (2)	TOTAL VALOR AGREGADO BRUTO	OTROS ELEMENTOS DEL PIB	PIB
Millones de USD (*)																					
2008	4.813,5	282,9	441,1	8.928,5	1.017,2	7.447,4	632,5	5.394,3	6.742,8	947,1	3.520,8	1.425,2	1.441,4	3.642,5	4.727,0	3.528,7	201,3	4.416,8	59.550,9	2.211,7	61.762,6
2009	5.572,4	240,0	385,8	5.120,8	978,1	7.699,2	541,6	5.927,8	6.523,5	1.182,4	3.548,4	1.553,8	1.714,0	3.726,6	5.185,0	4.237,0	276,5	4.600,6	59.013,3	3.506,4	62.519,7
2010	6.071,2	298,2	400,6	7.575,5	720,0	8.601,7	754,1	6.501,2	7.241,1	1.312,4	3.700,3	1.682,4	1.947,8	4.301,6	5.750,1	4.538,6	334,9	4.767,9	66.499,5	3.055,9	69.555,4
2011	6.702,4	420,9	480,1	10.462,9	668,0	9.670,4	927,7	8.106,5	8.399,8	1.427,9	3.696,3	1.811,8	2.300,5	5.046,4	5.995,8	5.013,5	333,4	5.063,8	76.536,2	2.740,4	79.276,7
2012	6.564,4	462,1	572,4	11.380,8	650,7	10.739,7	1.046,3	9.370,6	9.053,7	1.631,8	3.859,5	1.914,1	2.761,3	5.712,4	6.943,3	5.499,8	333,7	5.351,6	83.856,2	4.068,4	87.924,5
2013	7.230,7	515,6	595,9	11.851,2	433,3	11.974,3	1.065,5	10.012,7	9.976,6	1.877,6	4.299,6	2.021,5	2.590,6	6.549,8	7.513,4	6.050,9	302,1	5.592,6	90.533,9	4.595,8	95.129,7
2014	8.121,5	563,3	599,3	11.267,3	285,7	13.716,7	1.252,8	10.891,2	10.544,8	2.054,4	4.337,8	2.127,1	3.165,9	7.015,7	7.832,9	6.681,8	426,8	6.007,9	96.894,7	4.831,6	101.726,3
2015 (sd)	8.405,7	444,6	537,5	4.690,7	808,2	13.513,0	1.508,7	11.125,4	10.218,2	2.083,1	4.773,3	1.983,7	3.164,7	6.886,5	8.488,9	6.659,5	433,8	6.317,0	92.042,5	7.247,9	99.290,4
2016 (p)	8.344,0	499,3	569,3	3.824,2	961,1	13.621,6	1.594,2	11.871,2	9.636,5	2.149,7	5.139,1	1.972,4	3.093,7	6.387,6	8.692,3	6.849,4	503,3	6.165,6	91.874,6	6.739,3	98.614,0
2017 (prel)	8.609,3	562,2	613,2	4.493,6	794,2	13.987,1	1.813,0	11.297,8	10.270,1	2.279,4	5.464,4	2.128,3	3.542,4	6.627,4	9.391,9	6.968,2	549,5	6.484,7	95.876,8	7.179,8	103.056,6
Tasa de variación anual, porcentaje																					
2008	0,8	3,9	9,8	0,0	8,7	9,2	30,0	8,8	10,8	5,3	5,5	20,9	6,4	6,9	5,7	2,0	-0,6	2,5	6,2	10,0	6,4
2009	2,9	3,2	-11,5	-0,3	4,2	-1,5	-10,0	2,8	-3,9	8,8	6,5	8,1	2,4	-3,0	7,8	11,5	16,4	0,1	1,6	-19,7	0,6
2010	0,7	7,7	-3,0	0,1	-14,5	5,1	34,5	3,4	3,4	4,2	2,1	12,8	10,0	3,9	7,2	5,2	7,0	0,2	3,7	0,2	3,5
2011	7,5	21,7	3,0	2,8	10,9	5,8	27,1	17,6	5,8	6,0	5,5	12,1	13,5	7,8	4,6	10,4	-3,5	3,9	7,7	12,7	7,9
2012	-0,5	7,3	11,1	2,6	9,4	3,4	17,9	12,2	4,7	4,0	6,1	8,8	16,5	6,9	6,8	6,4	-1,4	0,3	5,7	5,1	5,6
2013	6,4	9,1	7,9	2,9	-25,4	6,2	11,5	7,4	6,8	4,8	10,2	6,5	-2,0	5,7	2,3	7,9	1,8	3,4	5,1	0,2	4,9
2014	5,9	40,0	-0,1	6,6	-34,0	3,7	6,5	4,7	3,5	2,3	2,6	5,2	10,8	4,5	4,5	3,3	4,8	2,5	4,2	-6,0	3,8
2015 (sd)	2,1	18,6	-5,2	-2,1	-6,5	-0,4	9,0	-0,8	-0,7	-3,7	4,6	-1,1	-0,7	-1,3	4,0	4,4	-2,4	1,0	0,8	-19,5	0,1
2016 (p)	-0,7	11,3	3,0	1,9	24,3	-2,5	6,5	-5,2	-4,4	0,3	-1,9	-4,9	-2,2	-2,4	0,8	0,6	12,1	-4,1	-1,4	-9,1	-1,6
2017 (prel)	3,7	7,5	2,6	-2,7	1,6	2,1	12,9	-5,9	5,5	5,7	4,4	6,7	10,9	5,6	6,2	1,1	4,4	1,8	2,8	9,0	3,0

(*) Incluye aproximación de decimales

(sd) semi-definitivo

(p) provisional

(prel) preliminar por sumatoria de trimestres

(1) A partir de la Publicación No.24 de Cuentas Nacionales, los cálculos incorporan los resultados del Cambio de Año Base (CAB) 2007. Los datos de los años 2002 a 2006 corresponden a la información obtenida en la retroalimentación de las series; y los correspondientes a los años 2007 - 2016 son el resultado de las cuentas nacionales anuales, mientras que los datos del año 2017 se obtuvieron por sumatoria de las Cuentas Nacionales Trimestrales. Para mayor información:

(2) Incluye: Actividades inmobiliarias y entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Anexo 6. Respaldo Envió Cámara de la Industria de la Construcción

RE: RESPALDO DEPOSITO - Mensaje (HTML)

ARCHIVO MENSAJE

Ignorar Correo no deseado Eliminar Responder Responder a todos Reenviar Más

Mover a: ? Al jefe Listo Crear nuevo

Mover Reglas OneNote Acciones

Marcar como no leído Categorizar Seguimiento

Buscar Traducir Relacionadas Seleccionar

Zoom

jueves 09/08/2018 13:00

Arq. Michelle Calvachi <mcalvachi@camicon.ec>
RE: RESPALDO DEPOSITO

Para Daniel Anaguano


Mensaje reenviado el 24/08/2018 17:11.

Mensaje DANEL ANAGUANO.docx (171 KB)

Estimado Ing:

A continuación adjunto información requerida.
Por favor si tiene cualquier inquietud no dude en hacérselo saber.

Saludos cordiales.



ARQ. MICHELLE CALVACHI
Calle Juan Pablo Sanz e Inaquito
(593-2)2 432 370 Ext. 632 / (593-9)8 467 0201
mcalvachi@camicon.ec
www.camicon.ec

Antes de imprimir, piense en su responsabilidad y compromiso con el Medio Ambiente.

Oferta Inmobiliaria Quito

Datos	ju-12	ju-13	ju-14	ju-15	ju-16	ju-17
Número Proyectos	546	551	537	530	502	510
Total Unidades	23.881	23.427	23.157	21.049	19.922	18.884
Total Unidades Disponibles	9.498	7.752	8.367	7.439	7.696	6.401
Área Prom m2 Total Proyecto	112	108	112	116	116	119
Área Prom m2 de terreno	109	102	114	121	121	123
Precio Promedio m2	912	978	1.125	1.255	1.302	1.291
Valor Prom USD Total Proyecto	102.247	104.034	124.914	145.104	149.658	150.739
Vendidas Período	5.111	3.681	3.115	2.421	2.499	3.195
Devueltas Período	96	87	41	27	42	49
Absorción Total	1,31	1,33	1,35	1,19	1,00	1,08
Nº Meses en Oferta	21,92	23,75	23,28	22,85	23,28	25,84
USD Totales	1.799.754.447	1.658.410.942	2.087.336.248	2.230.987.896	2.254.658.117	2.214.405.288
m2 Totales	2.166.839	2.092.996	2.079.964	1.900.375	1.848.960	1.787.701

Fuente: MarketWatch



Proyectos Nuevos

Datos	dic-14	jul-15	dic-15	jul-16	dic-16	jul-17
Número Proyectos	530	530	430	502	508	510
Total Unidades	21.586	21.049	16.883	19.922	17.865	18.884
Total Unidades Disponibles	7.692	7.439	6.594	7.696	6.545	6.401
Área Prom m2 Total Proyecto	115	116	120	116	116	119
Área Prom m2 de terreno	118	121	125	121	120	123
Precio Promedio m2	1.170	1.255	1.315	1.302	1.288	1.291
Valor Prom USD Total Proyecto	134.050	145.104	156.501	149.658	146.908	150.739
Proyectos Nuevos	113	141	97	114	87	111
%Proyectos Nuevos	21,3%	26,6%	22,6%	22,7%	17,1%	21,8%

Fuente: MarketWatch



Precios en Quito

	dic-14	jul-15	dic-15	jul-16	dic-16	jul-17
Calderón	707	741	798	807	790	809
Centro	1.303	1.250			982	982
Los Chillos	856	896	909	914	910	914
Qumbaya - Tumbaco	1.325	1.416	1.494	1.465	1.479	1.503
Norte Central	1.774	1.840	1.911	1.936	1.942	1.918
Norte Extremo	1.133	1.183	1.235	1.271	1.320	1.310
Pomasqui	803	822	862	845	865	874
Sur	682	709	779	777	771	780

Fuente: MarketWatch



Anexo 7. Entrevista dos Expertos

Nombre del Experto: Mónica Silva

Profesión: Bachiller

Experiencia: 10 años en la producción de plantas, venta de plantas y mantenimientos de jardines

1. Estimada Mónica ¿Cuánto tiempo tienes dedicándote al cultivo de plantas ornamentales, diseño y mantenimientos de jardines?

Apenas me case a los 19 años comencé en el oficio del cultivo de plantas no solamente ornamentales sino frutales ya que mi esposo Darwin ya se dedicaba junto con su familia. Ahora tengo 32 años y sigo con este trabajito hasta que las fuerzas me den.

2. Cuéntenos su experiencia en el oficio de jardinería

Como dije antes comencé bien joven en el vivero de mis suegros, de ahí pudimos tener nuestro propio vivero con mi esposo aquí en la parroquia (Nayón) donde vendíamos plantas y también nos contrataban para mantenimientos de áreas verdes, por cosas de la vida debimos vender el terreno y trasladarnos a vivir por Pomasqui donde pudimos abrir un vivero en la Av. Manuel Córdova Galarza y seguir con el trabajo, como nos cayó la crisis no se vendía mucho tuvimos que cerrar el local pero seguíamos brindando mantenimientos en toda la zona de la Pampa. Ahora nos dedicamos a comprar las plantas en Nayón y nos trasladamos en nuestro camión a revender en ciudades de la Costa.

3. Que nos puede mencionar como importante dentro de este negocio

Primero debe tener terrenos para poder sembrar las plantitas, porque si se es productor es mucho mejor se gana más, de ahí se debe tener buen carácter para ganarse a los clientes y como dueño del negocio también hay que meter mano porque en eso se fijan los clientes y además si deja a los empleados a veces ellos mismos le bajan el trabajo.

4. Como se maneja la competencia en este servicio.

Hay bastante en especial en Nayón porque ya tienen sus años vendiendo y haciendo diseños y mantenimientos, es difícil competir porque ellos tienen respaldo financiero para proyectos grandes donde más se gana y además tienen los contactos que también son muy importantes. Los que venden más y ya tienen amarrados sus clientes son la Sra. Nancy Tituaña y el esposo José Analuisa ellos ya trabajan con centros comerciales, está también Alfonso Lamiña y sus hijos tienen tres viveros solo de venta de plantas y hacen diseños, de ahí están los de Serviplantas y Viveros Tulipanes que también venden bastante y ya tienen contratos grandes. De ahí en Nayón hay quienes se dedican a producir y otros solamente a revender porque tienen propiedades a la calle donde la gente de Quito puede observar, por otros lados también hay gente de lo que conozco en Cumbayá hay negocios parecidos, en el valle de los Chillos yo mismo tengo primos de mi marido que trabajan por allá.

5. Que se necesita para comenzar en este negocio.

Si tiene terreno propio debe invertir en la construcción del vivero que está entre uno \$1500 a \$2500 dólares dependiendo si lo hace con madera o metálico, ya incluido el plástico para el techo.

Además debe invertir dependiendo de la magnitud que desee producir en las semillas que las puede encontrar aquí o directamente con unas personas de Colombia que traen directamente de allá.

6. Háblenos sobre los precios de los diseños y mantenimientos.

Los diseños se cobran más o menos entre 15 a 17 dólares el metro cuadrado de jardín ya incluido la mano de obra dependiendo del cliente y también del tipo de plantas que se utilicen, si el cliente quiere plantas mucho más caras a las que se utilizan el precio aumenta. Los mantenimientos por lo general se cobra por un jardín de hasta 100m² los \$150 y por jardines de hasta 500m² unos \$300 que incluye tierra abonada y fumigación.

7. Y sobre los precios de las plantas.

En las plantas si se gana bien, por poner un ejemplo una planta que la señora que cría vende en \$0.40 la misma planta para la gente que compra en los viveros que están a la vía puede llegar entre \$1 y \$1.50.

8. Nos puedes hablar de la rentabilidad del negocio

Cuando teníamos en vivero en Pomasqui en un mes bueno si quedaba unos \$2500 solo de la venta de plantas fuera de pago de arriendo y del trabajador, claro que esa ganancia seria de mi esposo y mía que trabajamos juntos, después de cerrar el vivero nos dedicamos exclusivamente a mantenimientos de clientes que ya teníamos ahí bordeábamos los \$2000 pero es más trabajoso, en los últimos 6 meses hemos incursionado en vender plantas en provincias en lo cual nos está yendo bien cada quince días viajamos en el camión con mi esposo a la costa llevando plantas de Nayón y vendemos al público en ciudades como Manta, Chone, Portoviejo, Bahía de Caraquez, siempre ubicándonos en barrios de clase media alta que puedan pagar un buen precio, esto nos está dejando por los tres días que viajamos un aproximado de \$500 dólares.

Segunda Entrevista

Nombre del Experto: Iván Chango

Profesión: Ingeniero en Turismo

Experiencia: 4 años en la producción de plantas y 2 años con la marca IAPlant

a. Iván ¿Cuánto tiempo tienes dedicándote al cultivo de plantas ornamentales, diseño y mantenimientos de jardines?

Llevo dos años dedicado mayormente a ser productor de todo tipo de plantas ornamentales e incursione en la elaboración de recuerdos vivos en base a cactus y suculentas bajo la marca de IAPLANT que puedes encontrar en las redes sociales.

b. Cuéntenos su experiencia en el oficio de productor de plantas ornamentales

Aprendí el oficio de parte de mi madre primeramente se dedicaba a este arte, en un inicio no pensé dedicarme por cuanto tengo mi profesión de Ingeniero en Turismo pero por la situación del mercado laboral en el país hizo que emprendiera en este mercado y no me arrepintió de haberlo hecho, soy mi jefe manejo los horarios en los que trabajo y con mucho esfuerzo el negocio si es rentable, en la actualidad tengo dos viveros en la parroquia de Nayón y un local en el cual promociono el tema de los recuerdos vivos.

c. Que nos puede mencionar como importante dentro de este negocio

Lo más importante en este tipo de negocios es la dedicación y el esfuerzo que le pongas hasta estabilizarte, el primer año yo hacía de todo en mi negocio cargar abono, sembrar plantas, regar agua en las mañanas y tardes, buscar clientes, distribuir los pedidos, realmente fue durísimo pero como el negocio bien trabajado si daba no quedaba más alternativa. En la actualidad ya tengo dos obreros que hacen el trabajo duro y yo me dedico a innovar en productos en base a las plantas de ahí nació IAPLANT recuerdos vivos que si miras en las redes sociales es un nuevo concepto de regalo en base a seres vivos

d. Como se maneja la competencia en este servicio.

La competencia es fuerte en esta parroquia como tú sabes casi la mitad del pueblo se dedica a este arte por eso debes especializarte e innovar para presentar cosas nuevas, por ejemplo yo me especialice en producción de begonias e innove en recuerdos vivos en base a cactus, me diferencie de ser el típico sembrador de plantas en Nayón y le di otra perspectiva a mi negocio y no me ha ido mal.

e. Que se necesita para comenzar en este negocio.

Principalmente terreno y un poco de dinero para invertir en los viveros, si cuentas con terreno propio te evitas el pago de arriendo y puedes proyectar el negocio para el futuro, en cuanto al dinero dependiendo del número de viveros a construir y el nivel de producción necesitaras entre unos \$3000 a \$5000 dólares de inversión.

f. Nos puedes hablar sobre los precios de las plantas.

Yo me dedico a la producción de plantas ornamentales pequeñas en las cuales los precios que vendo oscilan entre \$0.5 y \$2 dólares, pero me dedico a vender exclusivamente a propietarios de negocios de construcción de jardines y a propietarios de negocios de venta al público, no me dedico a la venta al consumidor final por eso mis ventas no son diarias sino semanales en las cuales me hacen pedidos entre 500 a 1000 unidades entre distintos tipos de plantas. Por lo general los que realizan diseños utilizan un promedio de cinco plantas por metro cuadrado de acuerdo al tamaño de las mismas.

g. Nos puedes hablar de la rentabilidad del negocio

Bueno ya te hable de los precios y la cantidad aproximada que vendo, de ahí que el negocio es rentable en mi caso un mes bueno de ventas solo de plantas me queda entre \$1500 a \$2000 liquido, de ahí un mes promedio llego apretado a los \$1500.

Ahora con la incursión en los recuerdos vivos que te mencione esa línea me deja una ganancia mensual liquida de entre \$300 y \$500 dólares.

h. Sobre el proceso de producción, que nos puede contar

Con respecto a producción no te puedo hablar mucho porque te estaría contando mi conocimiento pero te puedo dar ciertos datos que te pueden servir como que las semillas las compramos en Tungurahua o se le compra a un colombiano que viene a vender semillas aquí en el pueblo, mayormente en Nayón se maneja el tema de esquejes para ampliar la producción, dependiendo del tipo de planta el crecimiento está entre 3 a 5 meses pero tenemos clientes que no necesariamente compran cuando la planta esta crecida sino antes para ellos terminarla de criar. Debes conocer de las plantas que piensas producir en temas de riego, abonado, plagas para que la producción no se pierda.

Anexo 8. Encuesta Propietarios de Casa y Administradores de Conjuntos Residenciales

ENCUESTA SERVICIO DE DISEÑO, CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO DE JARDINES

Parroquia: _____

Nombre del Encuestado: _____

1. Tipo de Inmueble:

Departamento

Casa Conjunto Habitacional

Cargo en Conjunto Habitacional: _____

2. ¿En qué etapa se encuentra su departamento/casa/conjunto?

Terminada

En construcción. Pase a la pregunta 8 y por favor indique el porcentaje de avance

No iniciada. Pase a la pregunta 8.

3. En su departamento/casa/conjunto ¿cuenta con espacios para áreas verdes?

SI

NO/Pase pregunta 15

4. En su departamento/casa/conjunto ¿Quién se encarga de la jardinería? (marque uno):

Hace su propio trabajo de jardinería. Pase a la pregunta 8

Paga a un jardinero.

Paga a una empresa de jardinería especializada.

5. ¿Cómo se encuentra con el servicio brindado?

Satisfecho

Espera un mejor servicio

Insatisfecho

6. ¿Qué uso dan a las áreas verdes en su departamento/casa/conjunto? (marque tres)

Descanso/lectura

Juegos Infantiles

Práctica de algún deporte

Celebración de eventos familiares y amigos

Cocina al aire libre

Practica de Horticultura

Otros _____

7. Indique el tiempo entre cada servicio que da a sus áreas verdes (marque uno)

Cada quince días

Mensualmente

Trimestralmente

Otro(especifique) _____

8. Estaría interesado/a en contratar un nuevo servicio para sus áreas verdes de:

Diseño de Jardines

Mantenimiento de jardines

Ambas

9. ¿Por qué escogería un diseño o mantenimiento de jardines? (marque dos)

Precio
Calidad del Servicio
Trato del personal

Promoción
Otro(especifique) _____

10. ¿Qué espacio aproximado destinaria para sus áreas verdes?

menos de 50 m2
entre 51 y 100 m2

entre 101 y 500 m2
más de 500 m2

11. ¿Qué valor estaría dispuesto a destinar a un servicio mantenimiento de jardines?

\$1.25 por m2
\$1.50 por m2

\$1.75 por m2
Más de \$1.75 por m2

12. ¿Qué valor estaría dispuesto a destinar a un servicio de diseño y construcción de jardines?

\$15 por m2
\$17 por m2

Más de \$17 por m2

13. ¿Qué servicios complementarios estaría interesado/a para sus áreas verdes? (marque tres)

Riego por goteo
Captación de Agua Lluvia
Materiales reciclados

Jardines orgánicos
Jardineras verticales
Iluminación de jardines

14. ¿Le gustaría un servicio que le brinde cambios de diseños de sus espacios verdes cada cierto tiempo?

SI
NO, ¿Porque? _____

15. ¿Estaría interesado en adquirir plantas ornamentales para interior de casa?

SI
NO, ¿Porque? / FIN _____

16. ¿Le gustaría adquirir plantas ornamentales para interior a domicilio?

SI
NO, ¿Porque? _____

17. Si desea recibir información de nuestros servicios, favor indicar porque tipo de medios le gustaría y como poder ubicarle.

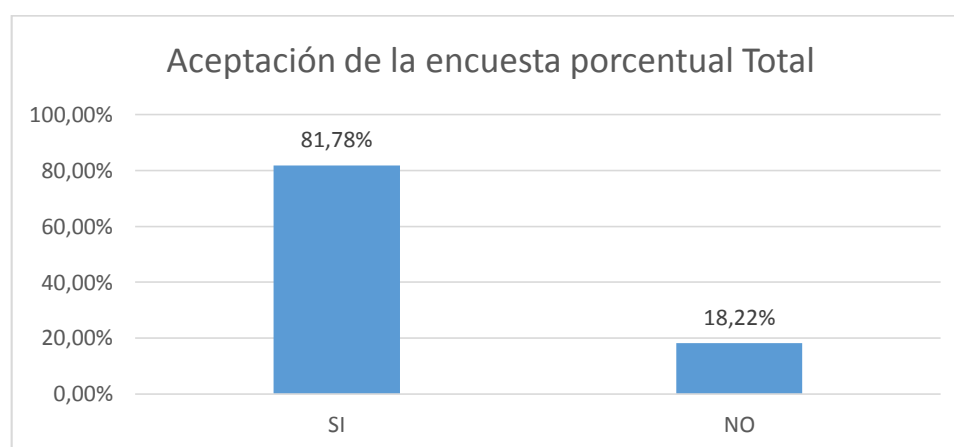
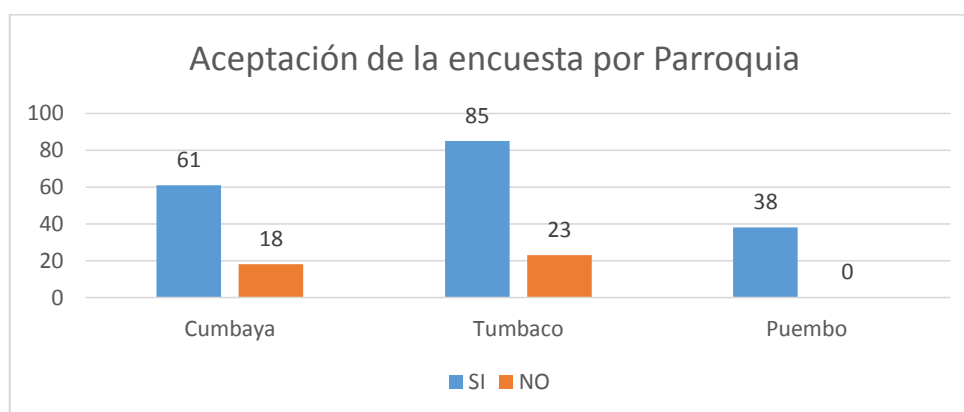
Catalogo
E-mail _____

Vía Telefónica _____
Redes Sociales _____

Anexo 9. Resultados de la Encuesta

Parroquia	MUESTRA	SI	NO
Cumbayá	79	61	18
Tumbaco	108	85	23
Puambo	38	38	0
TOTAL	225	184	41

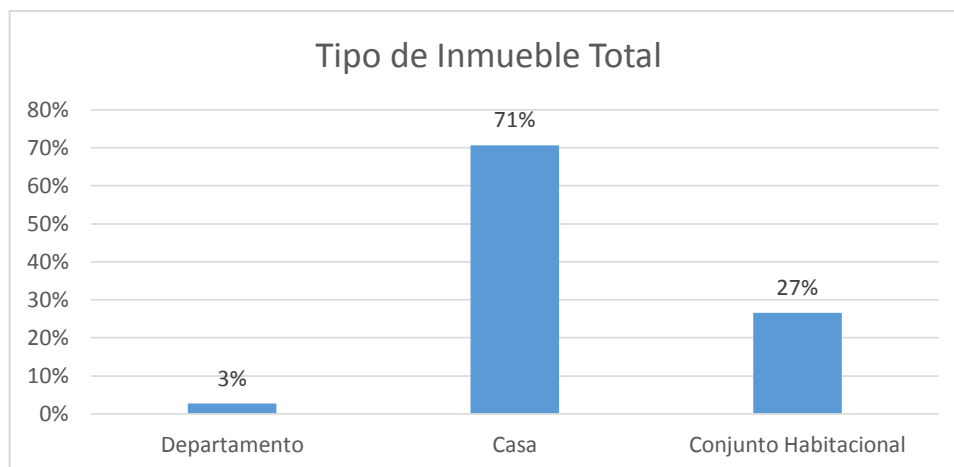
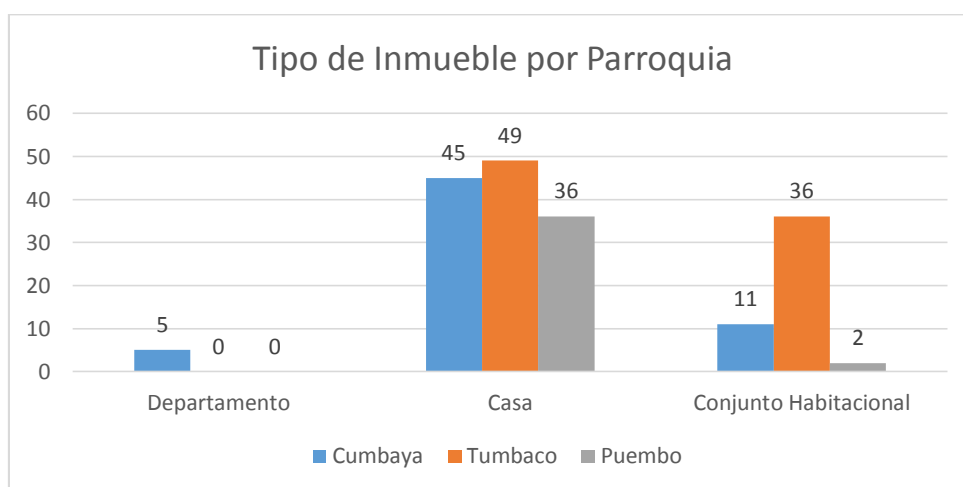
Porcentual	SI	NO
Muestra	81,78%	18,22%



CONCLUSIÓN: para el proyecto se determinó una muestra de 225 LUM (licencias urbanísticas metropolitanas) a ser encuestadas de las cuales el 81.78% es decir 184 propietarios, administradores, contratistas o encargados del inmueble pudieron ser encuestados y el 18.22% correspondiente a 41 propietarios no se pudo llevar a cabo la encuesta. Debido a que el proyecto para la fijación de la muestra utilizó una probabilidad de éxito del 50% y contando con una respuesta favorable del 81.78% toda la información generada por la encuesta será estadísticamente aceptada.

1. Tipo de Inmueble:			
	Cumbayá	Tumbaco	Puembo
Departamento	5	0	0
Casa	45	49	36
Conjunto Habitacional	11	36	2
Total	61	85	38

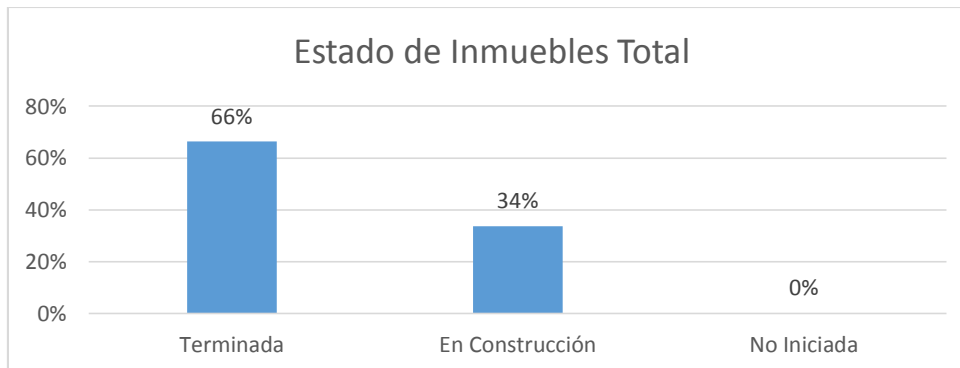
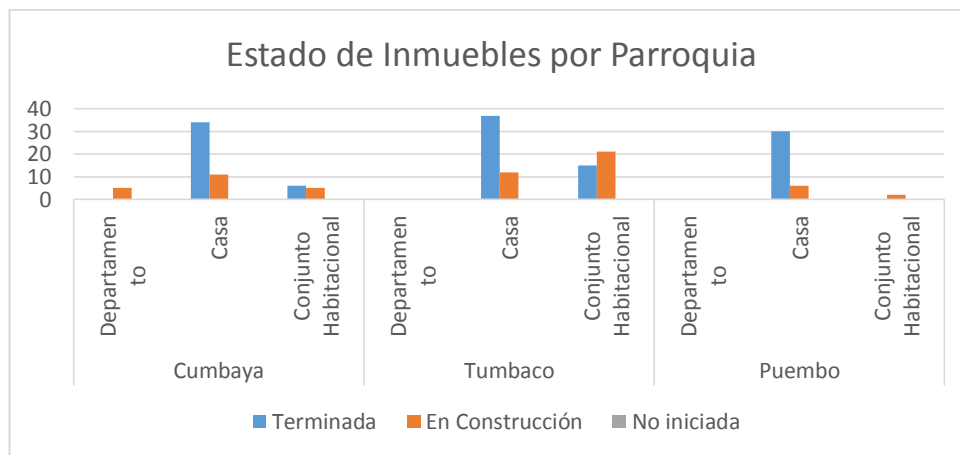
Porcentual	Numero	Porcentaje
Departamento	5	3%
Casa	130	71%
Conjunto Habitacional	49	27%
Total	184	100%



CONCLUSIÓN: De las 184 personas responsables de una licencia urbanística metropolitana que contestaron la encuesta, el 3% (5 personas) corresponde a departamentos, el 71% (130 personas) a casas y el 27% (49 personas) a conjuntos habitacionales.

2. ¿En qué etapa se encuentra su departamento/casa/conjunto?				
Parroquia	Tipo	Terminada	En Construcción	No iniciada
Cumbayá	Departamento	0	5	0
	Casa	34	11	0
	Conjunto Habitacional	6	5	0
Tumbaco	Departamento	0	0	0
	Casa	37	12	0
	Conjunto Habitacional	15	21	0
Puembo	Departamento	0	0	0
	Casa	30	6	0
	Conjunto Habitacional	0	2	0
Total		122	62	0

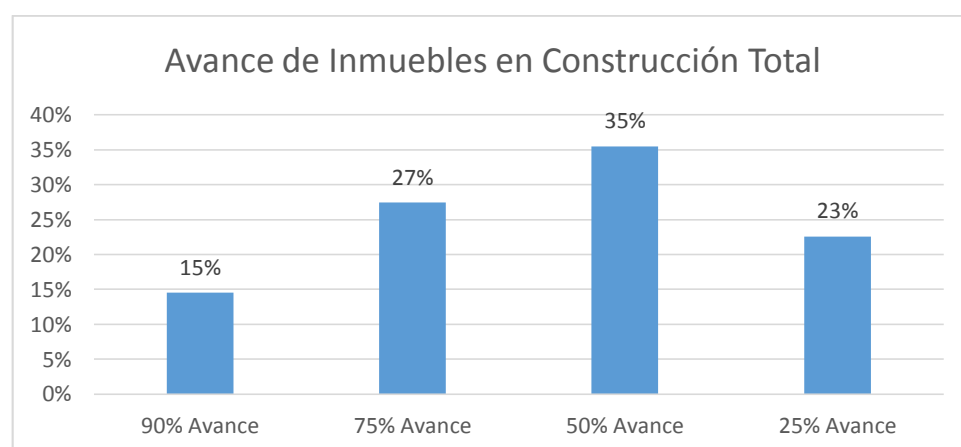
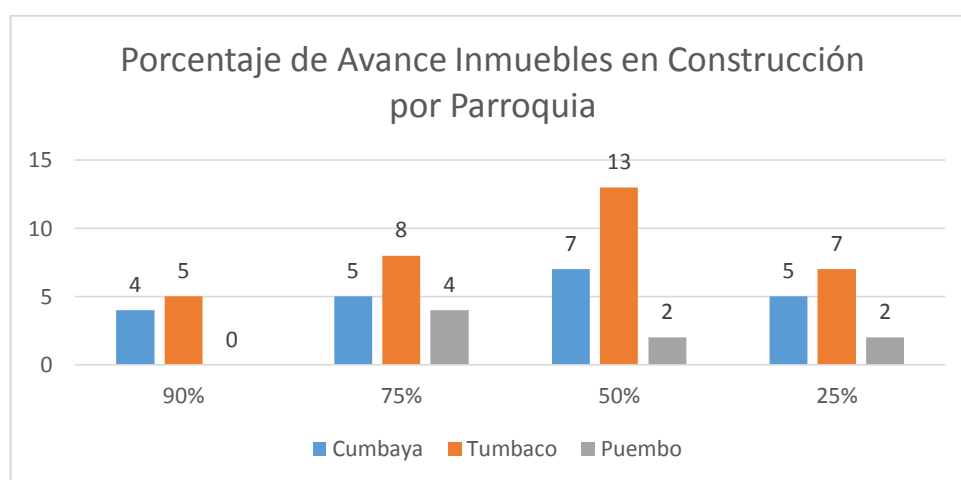
Tipo	Numero	Porcentaje
Terminada	122	66%
En Construcción	62	34%
Total	184	100%



CONCLUSIÓN: de las 184 responsables de licencias el 66% (122 personas) contestaron que el inmueble se encuentra terminado y un 34% (62 personas) menciona que su inmueble se encuentra en construcción.

Porcentaje Avance	Cumbayá	Tumbaco	Puembo
90%	4	5	0
75%	5	8	4
50%	7	13	2
25%	5	7	2
Total	21	33	8

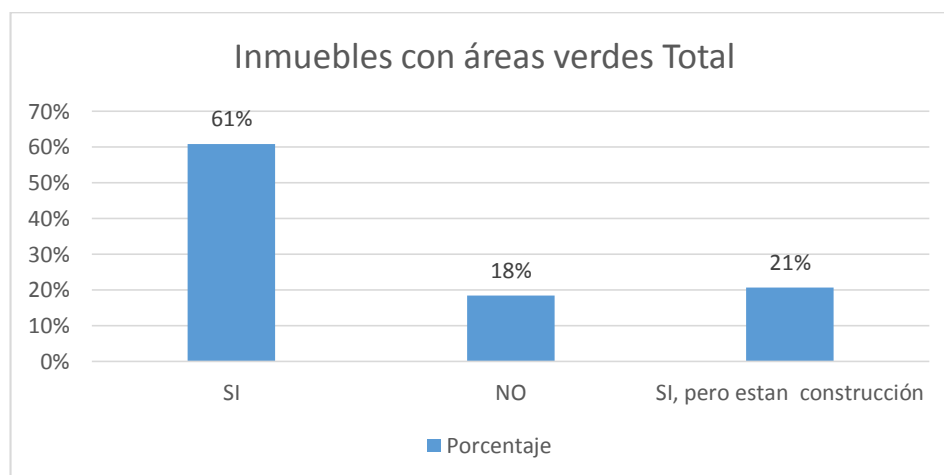
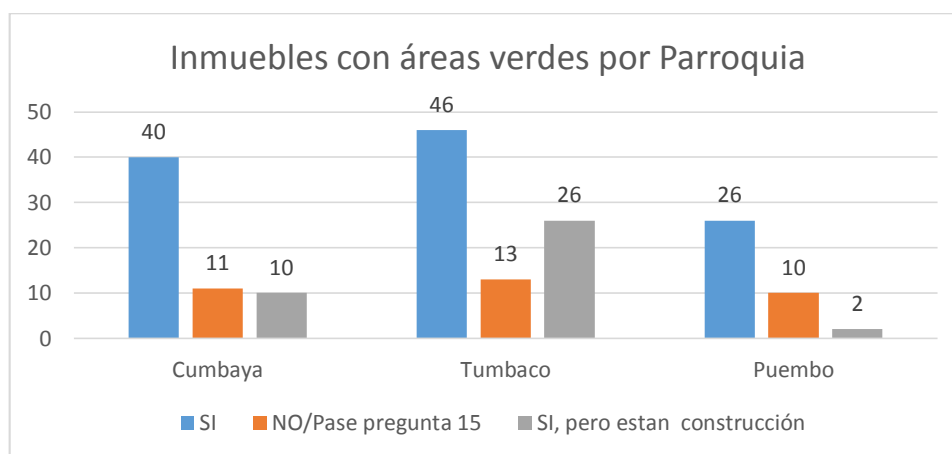
Tipo	Numero	Porcentaje
90% Avance	9	15%
75% Avance	17	27%
50% Avance	22	35%
25% Avance	14	23%
Total	62	100%



CONCLUSIÓN: en la misma pregunta 2 se pidió responder el porcentaje de avance de los 62 inmuebles en construcción a lo cual el 15% contestó que se encuentra en un 90% de avance, un 27% en el 75% de avance, un 35% en el 50% de avance y finalmente un 23% se encuentra en un 25% de avance en la obra.

3. En su departamento/casa/conjunto ¿cuenta con espacios para áreas verdes?			
	Cumbayá	Tumbaco	Puambo
SI	40	46	26
NO/Pase pregunta 15	11	13	10
SI, pero están construcción	10	26	2

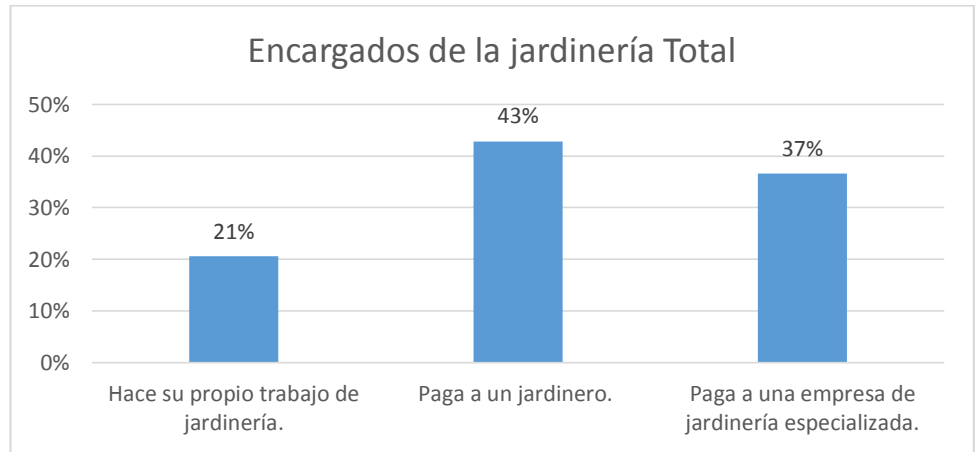
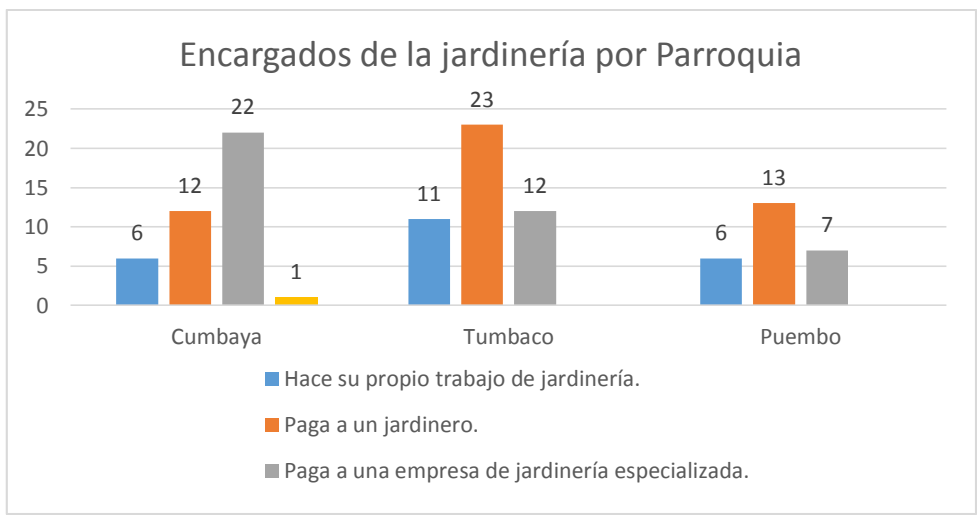
Tipo	Numero	Porcentaje
SI	112	61%
NO	34	18%
SI, pero están construcción	38	21%
Total	184	100%



CONCLUSIÓN: de las 184 personas responsables de inmuebles el 61% (112 personas) contestó que su propiedad tiene espacios destinados a áreas verdes, el 18% (34 personas) no cuentan con áreas verdes pero a este segmento se encuestará en las siguientes preguntas sobre el interés de adquirir plantas ornamentales, y 21% (38 personas) si contarán con espacios verdes pero el inmueble se encuentra en construcción.

4. En su departamento/casa/conjunto ¿Quién se encarga de la jardinería? (marque uno):			
	Cumbayá	Tumbaco	Puambo
Hace su propio trabajo de jardinería.	6	11	6
Paga a un jardinero.	12	23	13
Paga a una empresa de jardinería especializada.	22	12	7

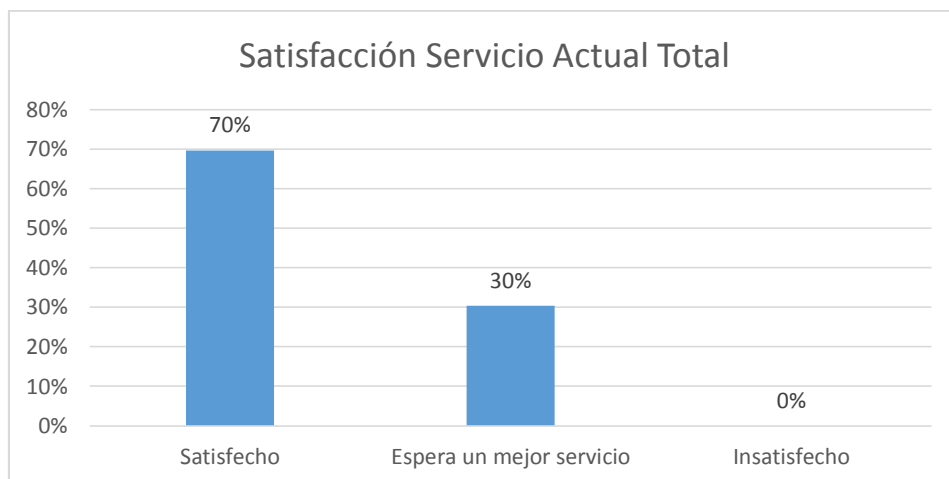
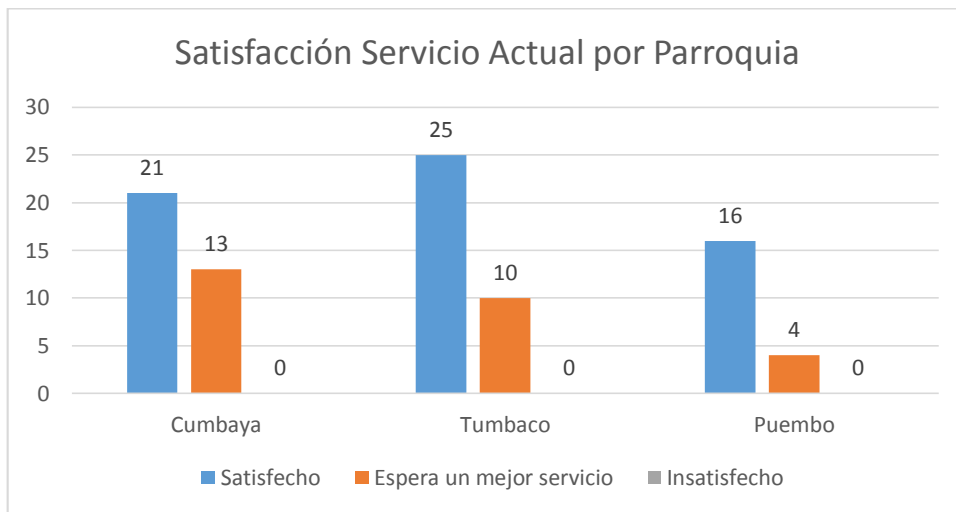
Tipo	Numero	Porcentaje
Hace su propio trabajo de jardinería.	23	21%
Paga a un jardinero.	48	43%
Paga a una empresa de jardinería especializada.	41	37%
Total	112	100%



CONCLUSIÓN: De las 112 personas que contestaron que su inmueble tiene áreas verdes el 21% (23 personas) realizan su propio mantenimiento, el 43% (48 personas) contrata a un jardinero y el 37% (41 personas) cuenta con una empresa para brindar el servicio.

5. ¿Cómo se encuentra con el servicio brindado?			
	Cumbayá	Tumbaco	Puembo
Satisfecho	21	25	16
Espera un mejor servicio	13	10	4
Insatisfecho	0	0	0

Tipo	Numero	Porcentaje
Satisfecho	62	70%
Espera un mejor servicio	27	30%
Insatisfecho	0	0%
Total	89	100%

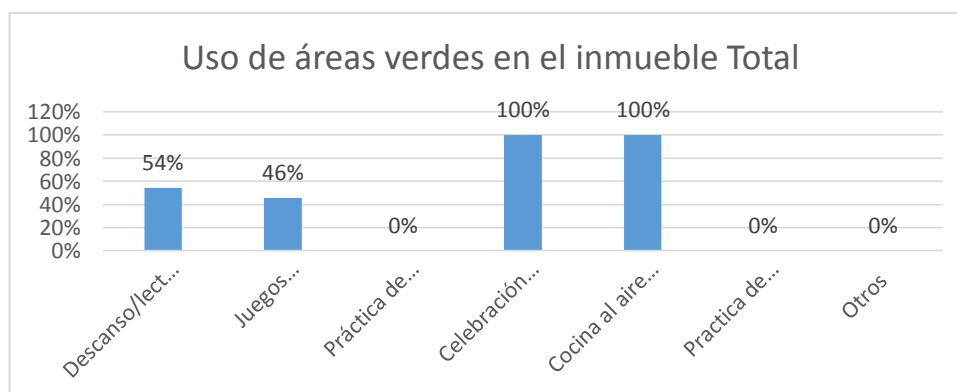
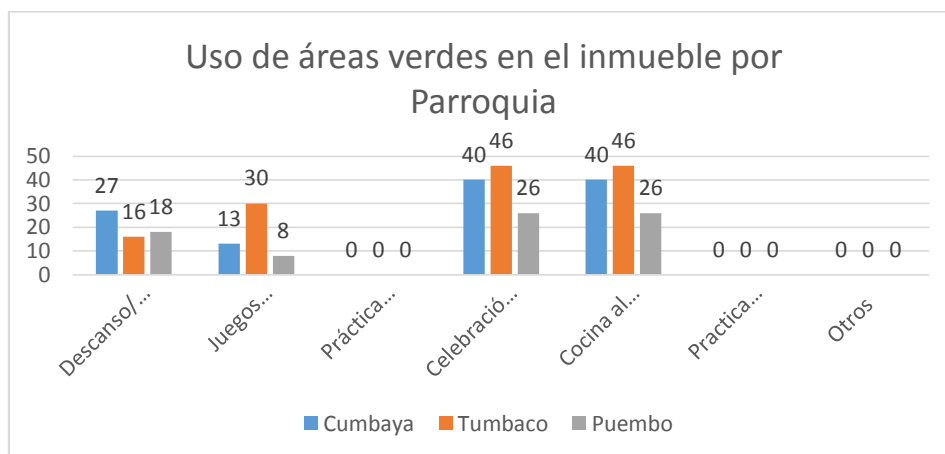


CONCLUSIÓN: De las 89 personas que pagan entre jardineros y empresas para su servicio de mantenimiento el 70% (62 personas) se encuentran satisfechas con el servicio brindado y un 30% (27 personas) espera un mejor servicio por el pago realizado.

6. ¿Qué uso dan a las áreas verdes en su departamento/casa/conjunto? (marque tres)

	Cumbayá	Tumbaco	Puambo
Descanso/lectura	27	16	18
Juegos Infantiles	13	30	8
Práctica de algún deporte	0	0	0
Celebración de eventos familiares y amigos	40	46	26
Cocina al aire libre	40	46	26
Practica de Horticultura	0	0	0
Otros	0	0	0

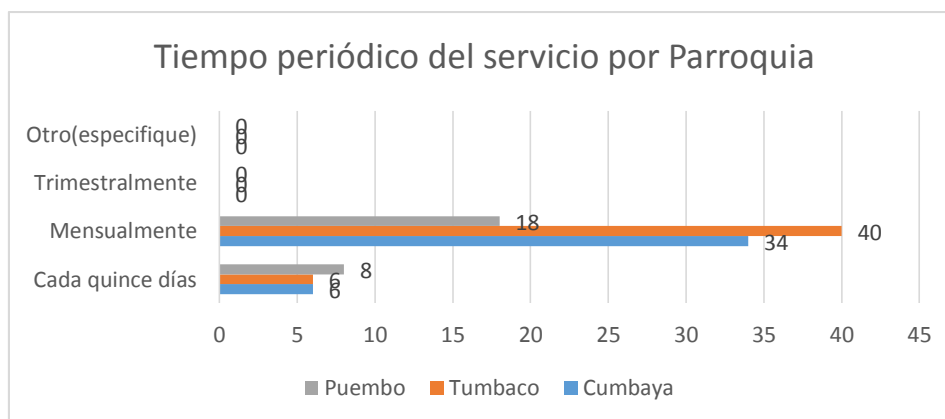
Tipo	Numero	Porcentaje
Descanso/lectura	61	54%
Juegos Infantiles	51	46%
Práctica de algún deporte	0	0%
Celebración de eventos familiares y amigos	112	100%
Cocina al aire libre	112	100%
Practica de Horticultura	0	0%
Otros	0	0%

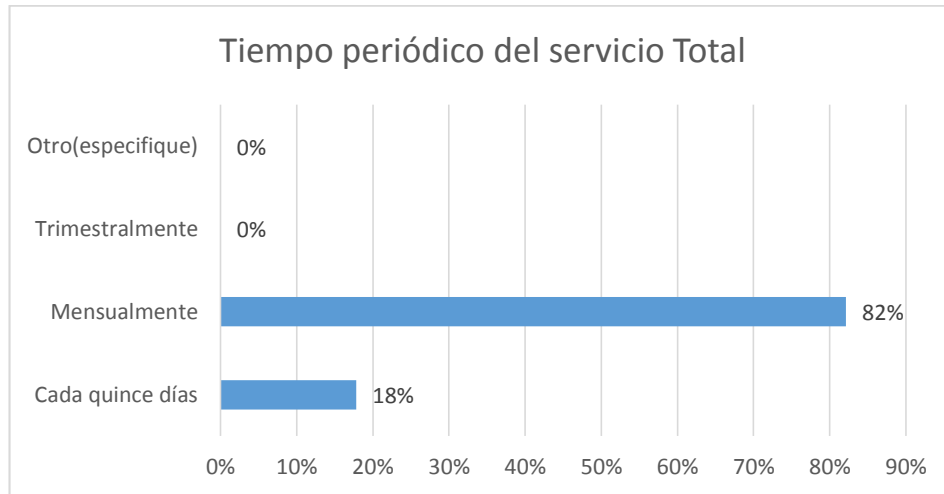


CONCLUSIÓN: los usos que dan a los jardines más seleccionados fueron la celebración de eventos familiares con 100%(112 personas), cocina al aire libre con 100%(112 personas), descanso y lectura con un 54%(61 personas) y para juegos infantiles con 46%(51 persona).

7. Indique el tiempo entre cada servicio que da a sus áreas verdes (marque uno)			
	Cumbayá	Tumbaco	Puembo
Cada quince días	6	6	8
Mensualmente	34	40	18
Trimestralmente	0	0	0
Otro(especifique)	0	0	0

Tipo	Numero	Porcentaje
Cada quince días	20	18%
Mensualmente	92	82%
Trimestralmente	0	0%
Otro(especifique)	0	0%
TOTAL	112	100%



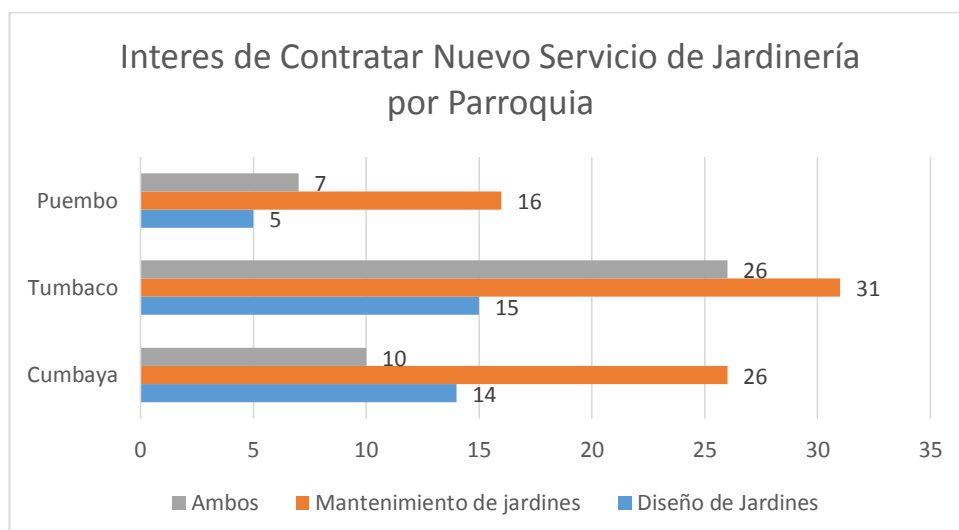


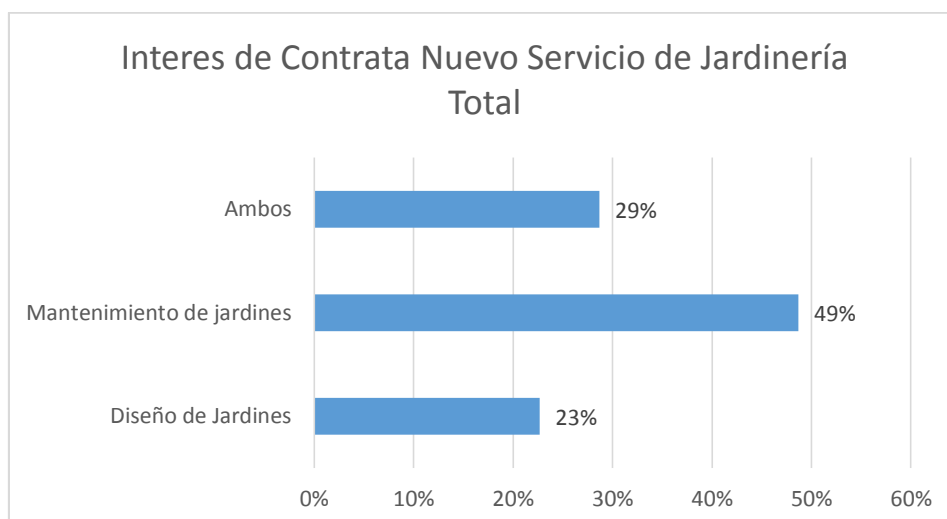
CONCLUSIÓN: tanto los propios dueños de los inmuebles, como los jardineros y las empresas que realizan los mantenimientos de los jardines en un 82% (92 personas) mensualmente y un 18% (20 personas) cada quince días.

8. Estaría interesado/a en contratar un nuevo servicio para sus áreas verdes de:

	Cumbayá	Tumbaco	Puambo
Diseño de Jardines	14	15	5
Mantenimiento de jardines	26	31	16
Ambos	10	26	7

Tipo	Numero	Porcentaje
Diseño de Jardines	34	23%
Mantenimiento de jardines	73	49%
Ambos	43	29%
TOTAL	150	100%



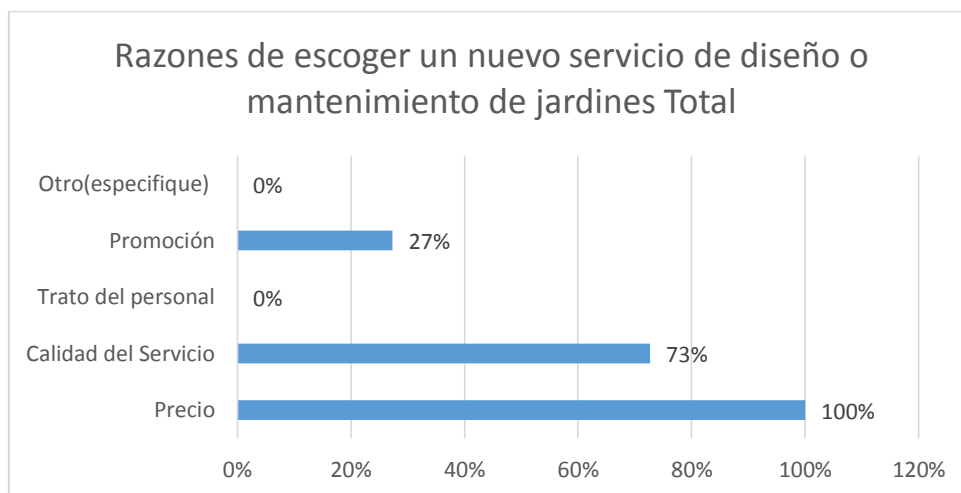
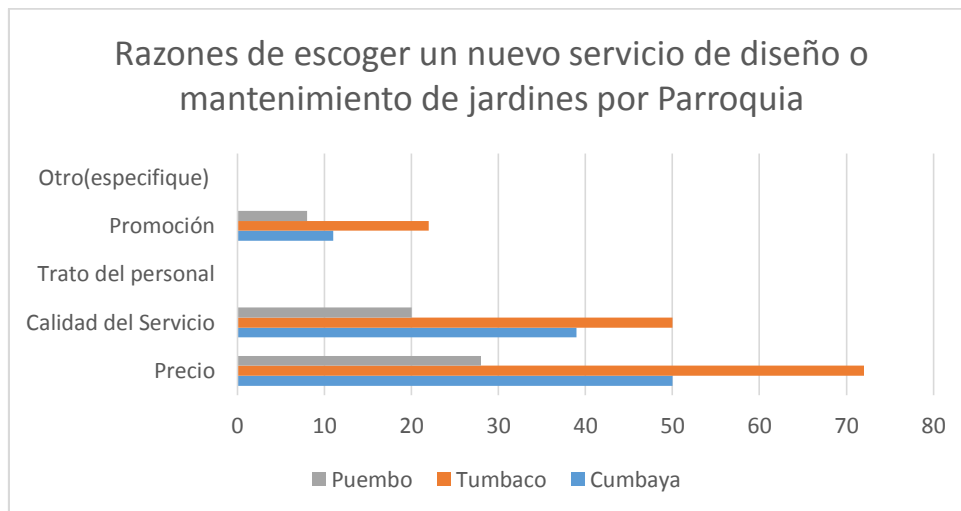


CONCLUSIÓN: de las 112 personas que mencionaron que cuentan con áreas verdes y las 38 personas que tendrían en un futuro áreas verdes debido a que se encuentran en construcción los inmueble, opinaron el 23% (34 personas) que se interesaría en diseños de jardines, un 49% en mantenimientos y un 29% en los dos servicios a la vez.

9. ¿Por qué escogería un diseño o mantenimiento de jardines? (marque dos)

	Cumbayá	Tumbaco	Puambo
Precio	50	72	28
Calidad del Servicio	39	50	20
Trato del personal	0	0	0
Promoción	11	22	8
Otro(especifique)	0	0	0

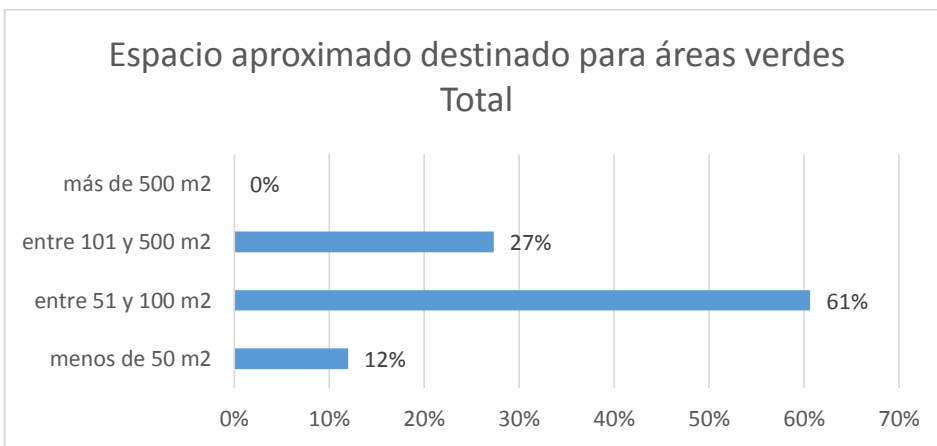
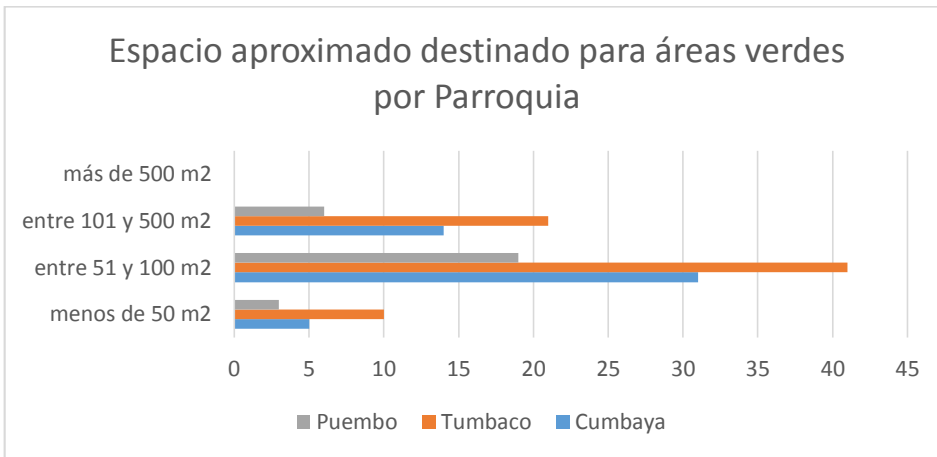
Tipo	Numero	Porcentaje
Precio	150	100%
Calidad del Servicio	109	73%
Trato del personal	0	0%
Promoción	41	27%
Otro(especifique)	0	0%



CONCLUSIÓN: de las mismas 150 personas con posibilidad de áreas verdes el 100% se fijaría en el precio para elegir un servicio de diseño o mantenimiento de jardines, un 73% se enfoca en la calidad del servicio y un 27% en promociones que realice el emprendimiento.

10. ¿Qué espacio aproximado destinaria para sus áreas verdes?			
	Cumbayá	Tumbaco	Puenbo
menos de 50 m2	5	10	3
entre 51 y 100 m2	31	41	19
entre 101 y 500 m2	14	21	6
más de 500 m2	0	0	0

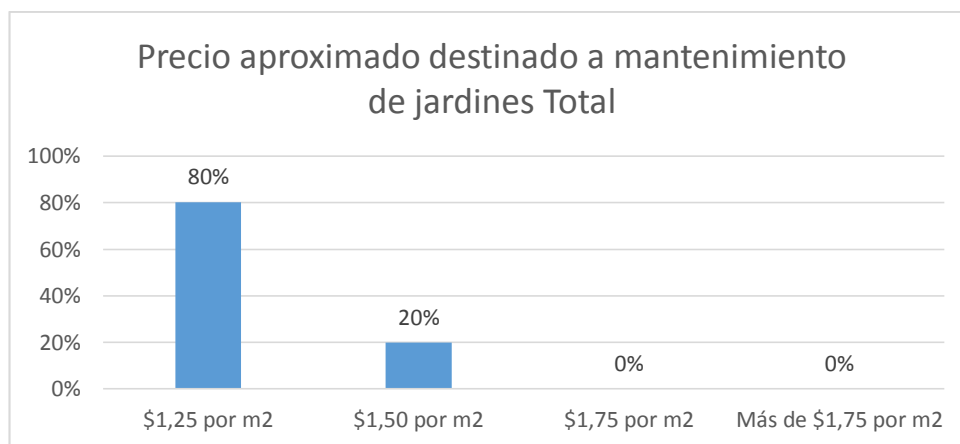
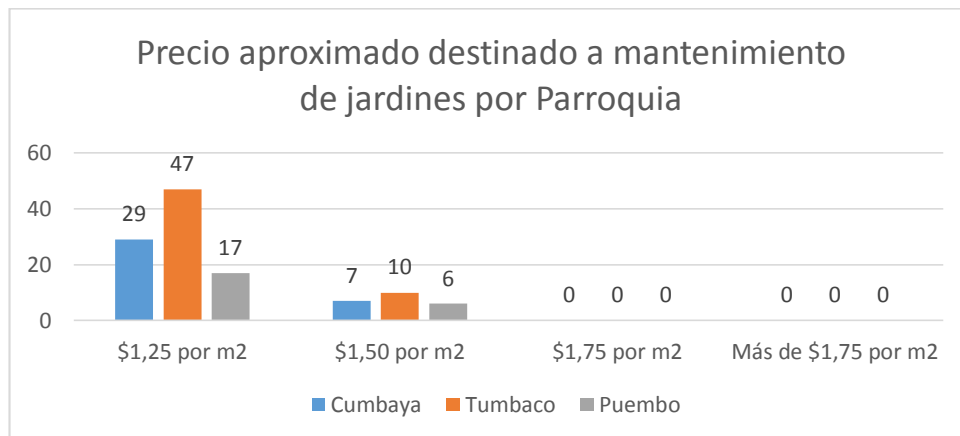
Tipo	Numero	Porcentaje
menos de 50 m2	18	12%
entre 51 y 100 m2	91	61%
entre 101 y 500 m2	41	27%
más de 500 m2	0	0%
TOTAL	150	100%



CONCLUSIÓN: de las 150 personas con inmuebles que cuentan o contarán con áreas verdes el 12% (18 personas) dice destinar un aproximado de menos de 50 m2, el 61% (91 personas) menciona entre 51 y 100 m2, el 27% (41 personas) entre 101 y 500m2.

11. ¿Qué valor estaría dispuesto a destinar a un servicio mantenimiento de jardines?			
	Cumbayá	Tumbaco	Puembo
\$1,25 por m2	29	47	17
\$1,50 por m2	7	10	6
\$1,75 por m2	0	0	0
Más de \$1,75 por m2	0	0	0

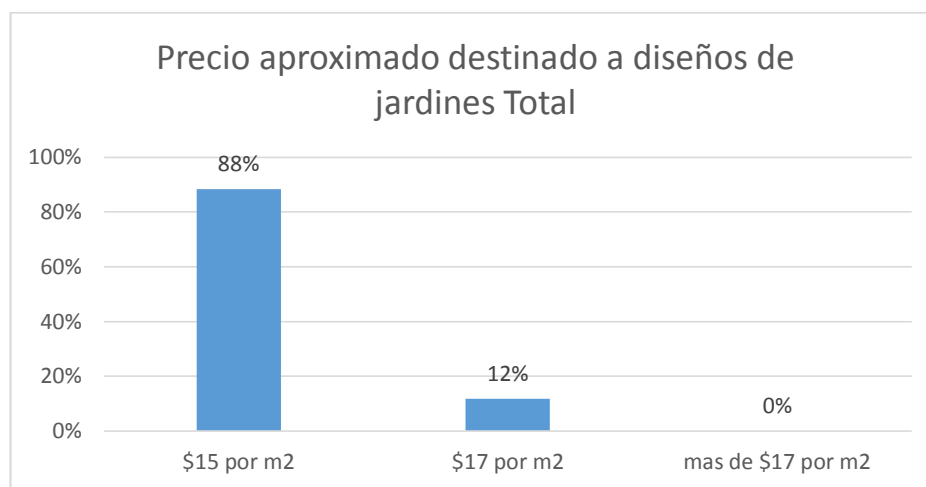
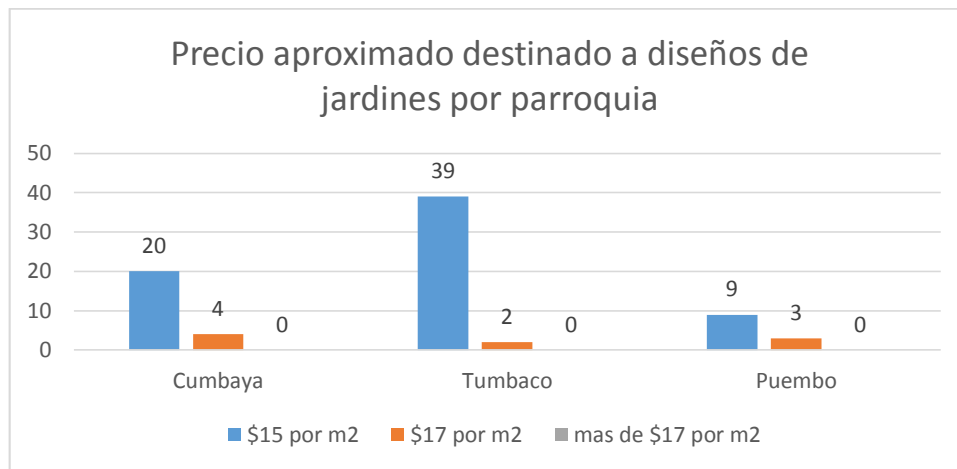
Tipo	Numero	Porcentaje
\$1,25 por m2	93	80%
\$1,50 por m2	23	20%
\$1,75 por m2	0	0%
Más de \$1,75 por m2	0	0%
TOTAL	116	100%



CONCLUSIÓN: de las 116 personas que en la pregunta 8 mencionaron estar interesadas en un nuevo servicio en relación al precio que estarían dispuestos a pagar por un mantenimiento el 80% (93 personas) escogió \$1.25 por m2 y un 20% (23 personas) opino que podrían afrontar un precio de \$1.50 por m2.

12. ¿Qué valor estaría dispuesto a destinar a un servicio de diseño y construcción de jardines?			
	Cumbayá	Tumbaco	Puenbo
\$15 por m2	20	39	9
\$17 por m2	4	2	3
más de \$17 por m2	0	0	0

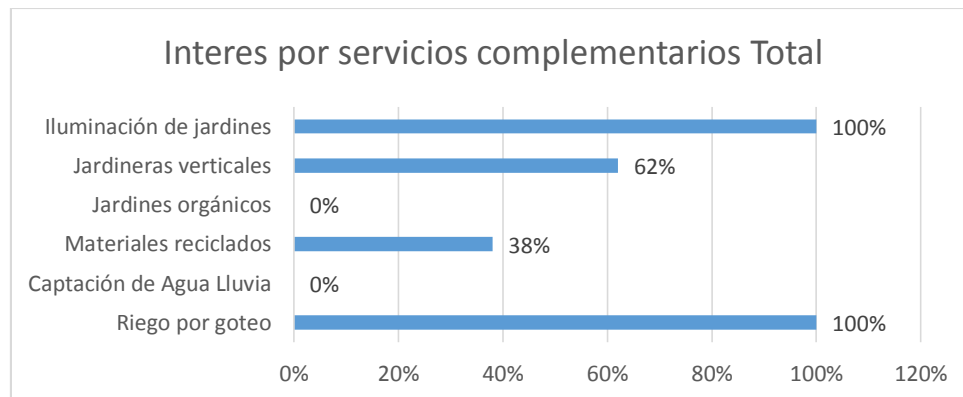
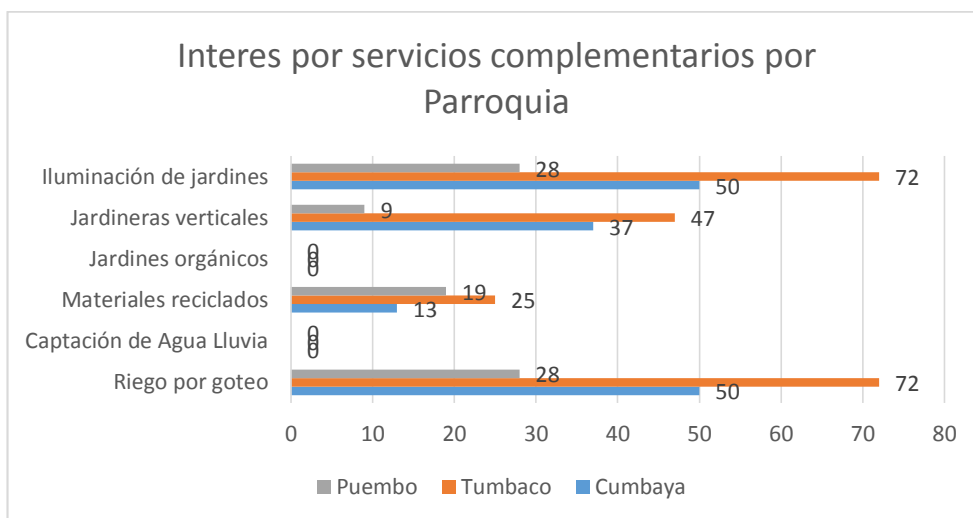
Tipo	Numero	Porcentaje
\$15 por m2	68	88%
\$17 por m2	9	12%
más de \$17 por m2	0	0%
TOTAL	77	100%



CONCLUSIÓN: de las 77 personas que en la pregunta 8 dijeron estar interesadas en un nuevo servicio en relación al precio que estarían dispuestas a pagar por un diseño de jardín el 88% (68 personas) escogieron pagar \$15 por m2 y un 12% (9 personas) estarían en la capacidad de pagar \$17 por m2.

13. ¿Qué servicios complementarios estaría interesado/a para sus áreas verdes? (marque tres)			
	Cumbayá	Tumbaco	Puembo
Riego por goteo	50	72	28
Captación de Agua Lluvia	0	0	0
Materiales reciclados	13	25	19
Jardines orgánicos	0	0	0
Jardineras verticales	37	47	9
Iluminación de jardines	50	72	28

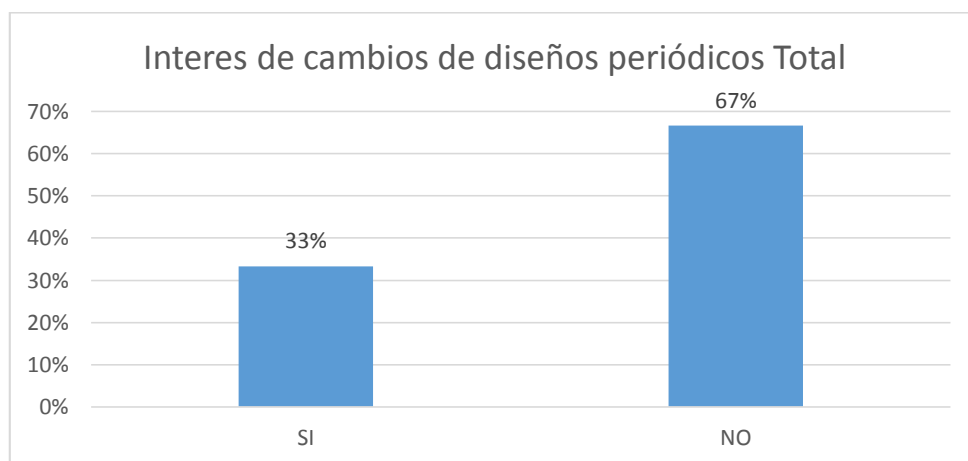
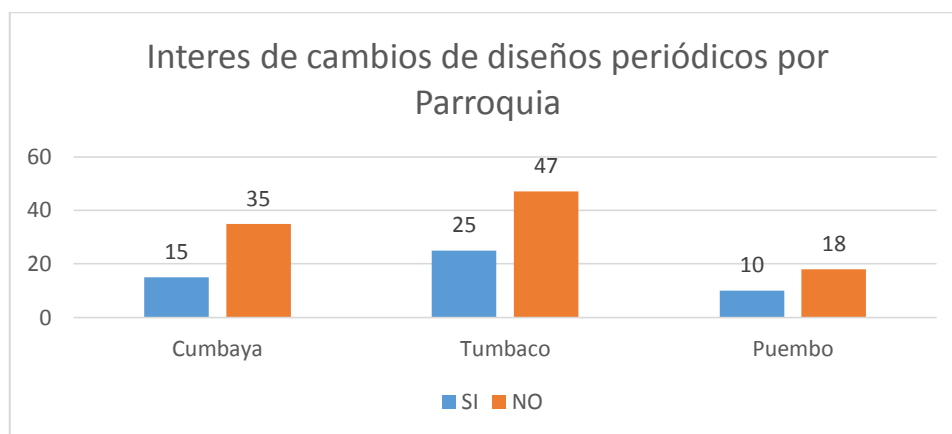
Tipo	Número	Porcentaje
Riego por goteo	150	100%
Captación de Agua Lluvia	0	0%
Materiales reciclados	57	38%
Jardines orgánicos	0	0%
Jardineras verticales	93	62%
Iluminación de jardines	150	100%



CONCLUSIÓN: de las 150 personas con inmuebles con áreas verdes tendrían interés en los siguientes servicios complementarios: el 100% optaría por iluminación de jardines, el 100% por riego por goteo, el 62% por jardines verticales y el 38% por materiales reciclables.

14. ¿Le gustaría un servicio que le brinde cambios de diseños de sus espacios verdes cada cierto tiempo?			
	Cumbayá	Tumbaco	Puembo
SI	15	25	10
NO	35	47	18

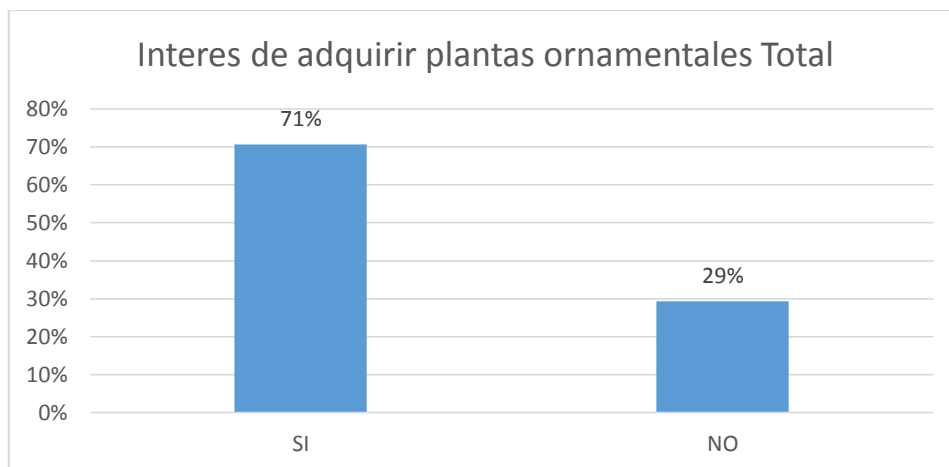
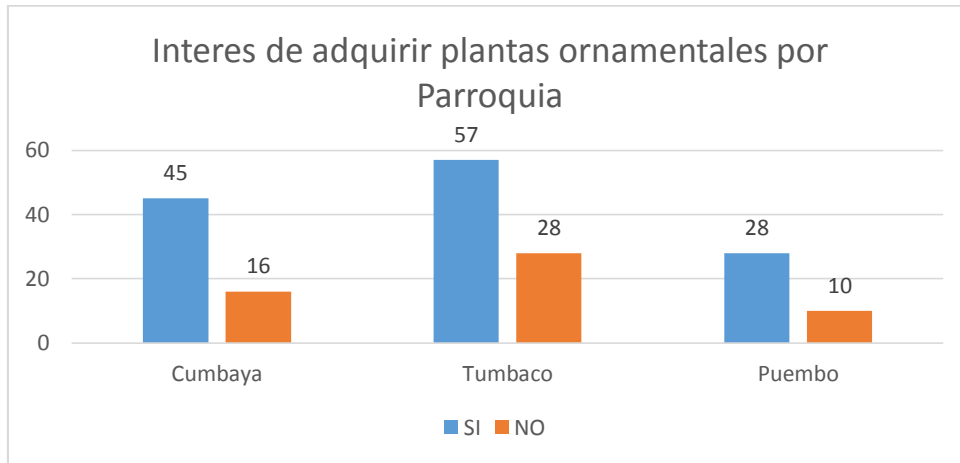
Tipo	Numero	Porcentaje
SI	50	33%
NO	100	67%
TOTAL	150	100%



CONCLUSIÓN: de las 150 personas con inmuebles con áreas verdes un 33% (50 personas) estarían dispuestas a que se le cambie sus diseños de jardines cada cierto tiempo, el 67% (100 personas) no les interesa el cambio periódico de sus áreas verdes.

15. ¿Estaría interesado en adquirir plantas ornamentales para interior de casa?			
	Cumbayá	Tumbaco	Puembo
SI	45	57	28
NO	16	28	10

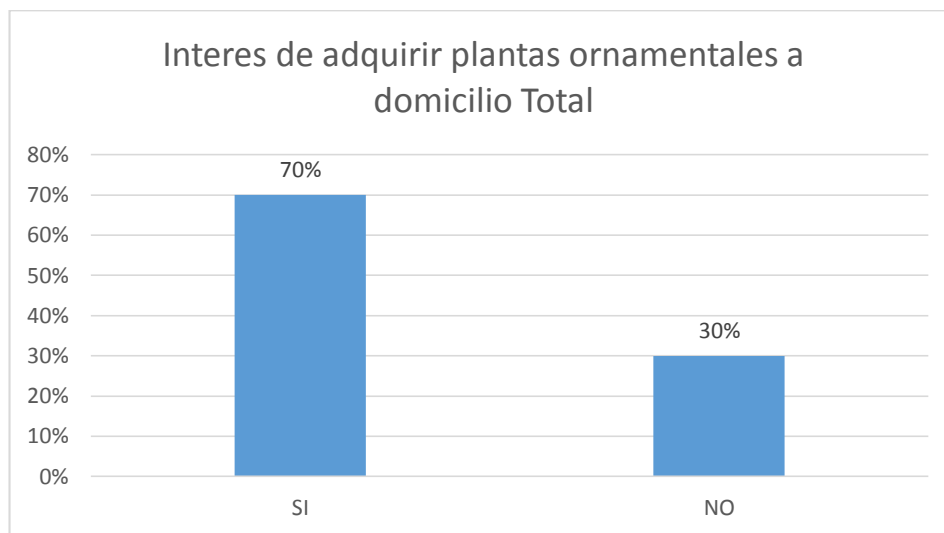
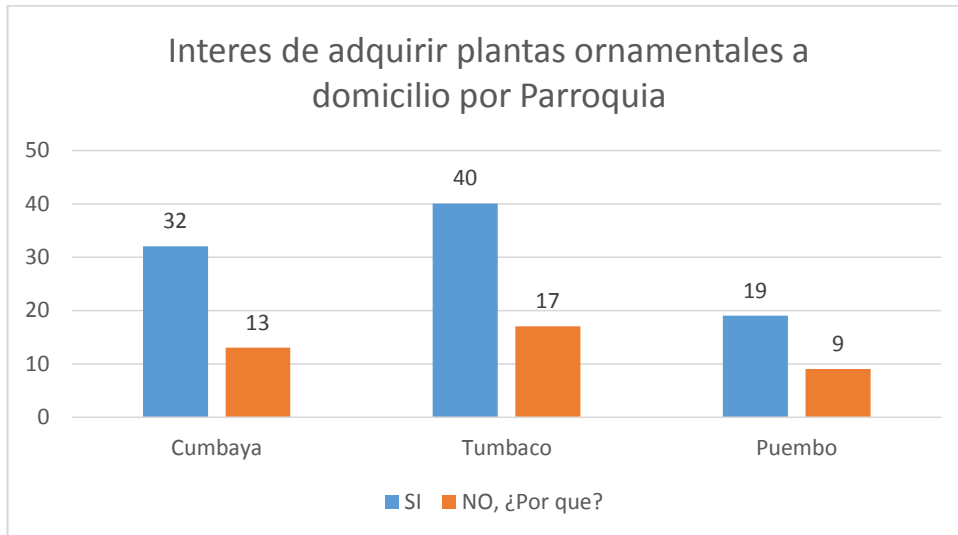
Tipo	Numero	Porcentaje
SI	130	71%
NO	54	29%
TOTAL	184	100%



CONCLUSIÓN: de las 184 personas que respondieron la encuesta tanto las que tienen como no espacios verdes en sus inmuebles el 71% (130 personas) estaría interesado en adquirir plantas para su interior y el 29% no les atraería el hecho de comprar plantas ornamentales para decorar el interior del inmueble.

16. ¿Le gustaría adquirir plantas ornamentales para interior a domicilio?			
	Cumbayá	Tumbaco	Puembo
SI	32	40	19
NO,	13	17	9

Tipo	Numero	Porcentaje
SI	91	70%
NO	39	30%
TOTAL	130	100%

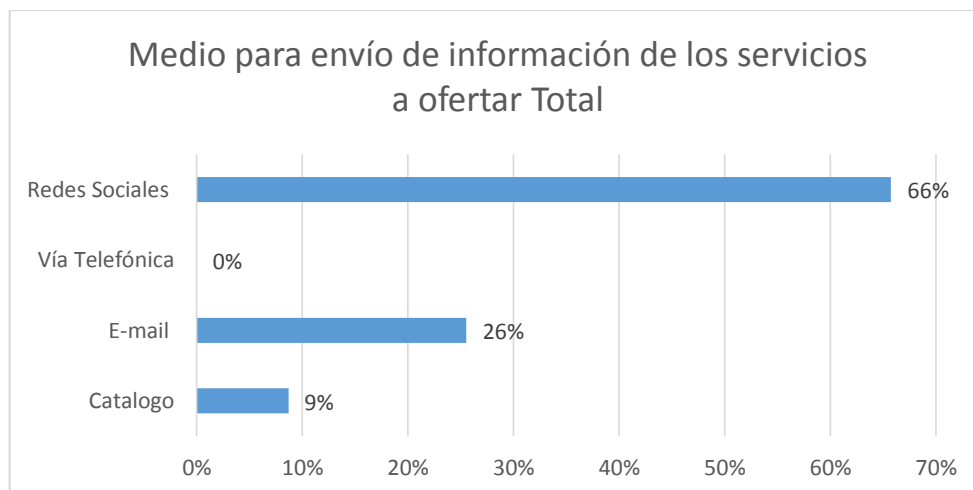
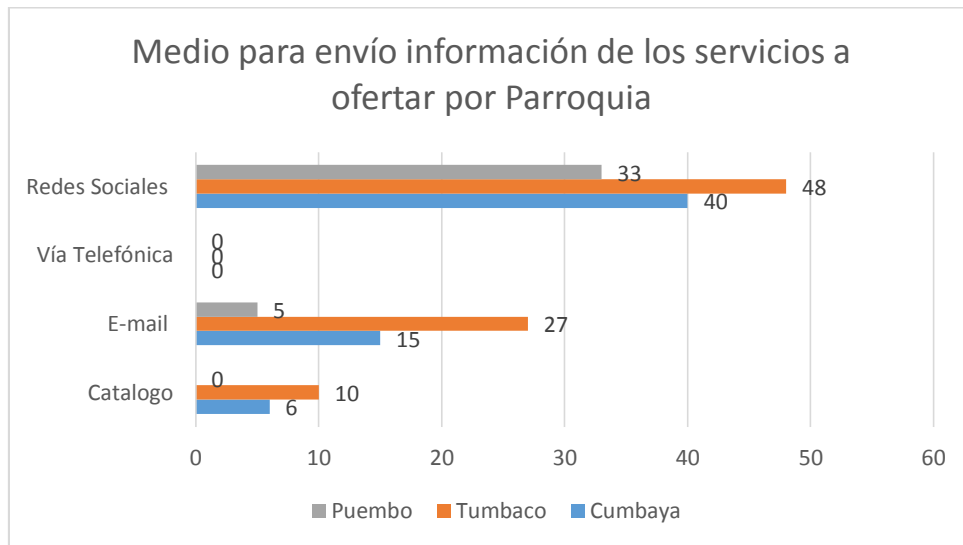


CONCLUSIÓN: de las 130 personas interesadas en comprar plantas ornamentales para adornar el interior de su inmueble el 70% (91 personas) le interesaría comprar por catálogo y que se entregue la plantas a domicilio y el 30% (39 personas) no compartirían la compra a domicilio.

17. Si desea recibir información de nuestros servicios, favor indicar porque tipo de medios le gustaría y como poder ubicarle.

	Cumbayá	Tumbaco	Puembo
Catalogo	6	10	0
E-mail	15	27	5
Vía Telefónica	0	0	0
Redes Sociales	40	48	33

Tipo	Numero	Porcentaje
Catalogo	16	9%
E-mail	47	26%
Vía Telefónica	0	0%
Redes Sociales	121	66%
TOTAL	184	100%



CONCLUSIÓN: de las 184 personas que respondieron la encuesta tanto las que tienen como no espacios verdes en sus inmuebles y que estén dispuestas a adquirir plantas ornamentales el 66% (121 personas) quieren información del proyecto vía redes sociales, el 26% (47 personas) vía mail y el 9% (16 personas) mediante catálogo.


ANEXO 10. Precio Maquinaria

mercado libre Buscar productos, marcas y más... Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresa Ayuda

También puede interesarte: esmeril - maquinas de soldar - generador katherberg - tupi fresadora - ingco

Volver al listado ... > ... Compartir Vender uno igual



Ducati Official Licensed Product
DLM 5100

Nuevo
Carrito Cortacesped Ducati

U\$S 509

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Envío gratis a todo el país
Azogues, Cañar
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (20 disponibles)

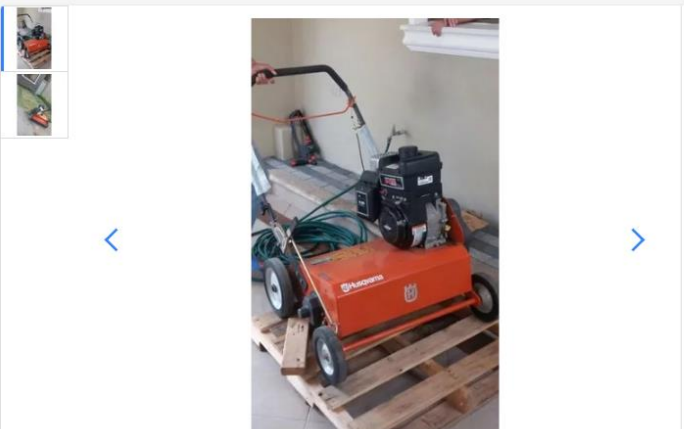
Comprar

mercado libre Buscar productos, marcas y más... Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresa Ayuda

También puede interesarte: dremel - esmeril - tupi - cortadora de cesped - motosierra stihl

Volver al listado Industrias y Oficinas > Agropecuaria Compartir Vender uno igual ¡gratis!



Usado - 1 vendido
Escarificadora Husqvarna Original Traida De Eeuu

U\$S 2.500

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

mercado libre

Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías | Tu historial | Tus compras | Vender | Crea tu cuenta | Ingresa | Ayuda

También puede interesarte: sierra - rotomartillo - sierra de banco - sierra de mesa - juego de dados

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Agropecuaria Compartir | Vender uno igual

1 AÑO
Garantía

S&B IMPORT
IMPORTACIONES S.A.

Nuevo - 4 vendidos

Motosierra Husqvarna 125 / 2hp - 40cm3 18 Nuevas

U\$S 230

Pago a acordar con el vendedor
Acepta efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (16 disponibles)

[Comprar](#)

mercado libre

Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías | Tu historial | Tus compras | Vender | Crea tu cuenta | Ingresa | Ayuda

También puede interesarte: caladora - tupi - brocas - juego de dados - sierras ingletadoras

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Herramientas Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 3 vendidos

Cortasetos Electrica Ht500 Black And Decker

U\$S 145

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Envío gratis a todo el país
Tulcán, Carchi
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (2 disponibles)

[Comprar](#)

También puede interesarte: brocas - escuadras magneticas - prensa hidraulica - cierra circular - herramientas electricas

[Volver al listado](#) | [Industrias y Oficinas](#) > [Agropecuaria](#)

[Compartir](#) | [Vender uno igual](#)



Nuevo - 8 vendidos

Desmalezadora Desbrozadora Hyundai Hybc430 43cc 1,70 Hp



U\$S 123⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Cuenca, Azuay

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (12 disponibles)

[Comprar](#)

También puede interesarte: sierra de banco - cepilladoras canteadoras - generador katherberg - tronczadora - juego de dados

[Volver al listado](#) | [Industrias y Oficinas](#) > [Otros](#)

[Compartir](#) | [Vender uno igual](#)



Nuevo - 4 vendidos

Sopladora Y Aspiradora Husqvarna 125bvx



U\$S 426

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)


mercado libre

Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías | Tu historial | Tus compras | Vender | Crea tu cuenta | Ingresa | Ayuda

También puede interesarte: dremel - guillotina - prensa hidraulica - ingletadora dewalt - secadora de cacao

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Agropecuaria | Compartir | Vender uno igual



Nuevo - 13 vendidos

Motoazada 7 Hp A Gasolina Motocultor, Monocultor

U\$S 990

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Ambato, Tungurahua
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)


mercado libre

Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías | Tu historial | Tus compras | Vender | Crea tu cuenta | Ingresa | Ayuda

También puede interesarte: dremel - esmeril - escuadras magneticas - atornillador - maquinaria para carpinteria venta o

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Agropecuaria | Compartir | Vender uno igual



Nuevo

Fumigadora A Motor Century De Mochila 26 Litros.

U\$S 145

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)

mercado libre

Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías | Tu historial | Tus compras | Vender | Crea tu cuenta | Ingresar | Ayuda

También puede interesarte: sierra - motosierra stihl - milwaukee - ingletadora dewalt - sierras ingletadoras

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Agropecuaria | Compartir | Vender uno igual

LA VITTORIA

Nuevo - 1 vendido

1 Par De Guantes De Jardineria Con Garras De Plastico

U\$S 7⁵⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (899 disponibles)

mercado libre

Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías | Tu historial | Tus compras | Vender | Crea tu cuenta | Ingresar | Ayuda

También puede interesarte: dremel - guillotina - esmeril - escuadras magneticas - herramienta dremel

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Herramientas | Compartir | Vender uno igual

Nuevo

Herramientas De Jardinería Cosecha Cultivo X 5 Unidades

U\$S 8⁵⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

ANEXO 11. Tabla Amortización Préstamo



COTIZADOR

Simulador de operaciones de crédito del Banco Guayaquil.

COTIZADOR DE PRODUCTOS DE CRÉDITO

Si tienes actividad comercial, y deseas conocer tu tipo de segmento, por favor consulta la clasificación de segmentos de crédito Productivo y Microcrédito

Clasificación Segmento Productivo

Clasificación Segmento Microcrédito

Tipo de Crédito(?):	PERSONAS	Tipo de Tabla:	FRANCES
Segmento(?):	CONSUMO		
Capital a Financiar * (?):	20000	Seguro Bien (?):	\$0.00
Precio del Bien (?):		Seguro Vida (?):	\$0.00
Plazo de Años (?):	5	Seg. Desgrav. (?):	\$461.82
Periodicidad (?):	MENSUAL	Seg. Cesantía (?):	\$499.81
Tasa Efectiva (?):	17.30%	Seg. Micro (?):	\$0.00
Tasa Nominal (?):	16.06%	Solca (?):	\$100.00
Monto Financiado (?):	\$20,991.33	Gto Notarial ** (?):	\$49.05
Monto Líquido (?):	\$19,600.00	Gto Legal ** (?):	\$0.00
Dividendo (?):	\$503.87	Gto Avalúo ** (?):	\$0.00
Valor Total (?):	\$30,281.39		
Relación (?):	1.44		
Tasa Anual Costo Crédito (?):	18.74%		

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE DEUDA

PERIODO	SALDO	CAPITAL	INTERÉS	CAP.SEGURO	DIVIDENDO
0	20000			-	-20,000,00
1	19785,45	214,55	267,67	21,66	503,87
2	19567,89	217,56	264,8	21,52	503,87
3	19347,27	220,62	261,88	21,37	503,87
4	19123,55	223,72	258,93	21,22	503,87
5	18896,69	226,86	255,94	21,07	503,87
6	18666,64	230,05	252,9	20,92	503,87
7	18433,36	233,28	249,82	20,77	503,87
8	18196,81	236,56	246,7	20,61	503,87
9	17956,92	239,88	243,53	20,46	503,87
10	17713,67	243,25	240,32	20,3	503,87
11	17467	246,67	237,07	20,13	503,87
12	17216,87	250,14	233,77	19,97	503,87
13	16963,21	253,65	230,42	19,8	503,87
14	16706	257,21	227,02	19,63	503,87
15	16445,17	260,83	223,58	19,46	503,87
16	16180,68	264,49	220,09	19,29	503,87
17	15912,47	268,21	216,55	19,11	503,87
18	15640,49	271,98	212,96	18,93	503,87
19	15364,7	275,8	209,32	18,75	503,87
20	15085,02	279,67	205,63	18,57	503,87

21	14801,42	283,6	201,89	18,38	503,87
22	14513,83	287,59	198,09	18,19	503,87
23	14222,21	291,63	194,24	18	503,87
24	13926,48	295,73	190,34	17,81	503,87
25	13626,6	299,88	186,38	17,61	503,87
26	13322,51	304,09	182,37	17,41	503,87
27	13014,14	308,37	178,3	17,21	503,87
28	12701,44	312,7	174,17	17	503,87
29	12384,35	317,09	169,99	16,79	503,87
30	12062,8	321,55	165,74	16,58	503,87
31	11736,74	326,06	161,44	16,37	503,87
32	11406,09	330,65	157,08	16,15	503,87
33	11070,8	335,29	152,65	15,93	503,87
34	10730,8	340	148,16	15,71	503,87
35	10386,02	344,78	143,61	15,48	503,87
36	10036,39	349,62	139	15,25	503,87
37	9681,86	354,54	134,32	15,02	503,87
38	9322,34	359,52	129,58	14,78	503,87
39	8957,77	364,57	124,76	14,54	503,87
40	8588,08	369,69	119,88	14,3	503,87
41	8213,2	374,88	114,94	14,05	503,87
42	7833,05	380,15	109,92	13,8	503,87
43	7447,55	385,49	104,83	13,55	503,87
44	7056,64	390,91	99,67	13,29	503,87
45	6660,24	396,4	94,44	13,03	503,87
46	6258,27	401,97	89,14	12,77	503,87
47	5850,65	407,62	83,76	12,5	503,87
48	5437,31	413,35	78,3	12,23	503,87
49	5018,16	419,15	72,77	11,95	503,87
50	4593,11	425,04	67,16	11,67	503,87
51	4162,1	431,01	61,47	11,39	503,87
52	3725,03	437,07	55,7	11,1	503,87
53	3281,82	443,21	49,85	10,81	503,87
54	2832,38	449,44	43,92	10,51	503,87
55	2376,63	455,75	37,91	10,21	503,87
56	1914,47	462,16	31,81	9,91	503,87
57	1445,82	468,65	25,62	9,6	503,87
58	970,59	475,23	19,35	9,29	503,87
59	488,68	481,91	12,99	8,97	503,87
60	0	488,68	6,54	8,65	503,87

ANEXO 12. Costos Invernadero



Correo: metacor.etc@hotmail.com

Dirección: Huáscar S1-40 y Quito - Nayón

Teléfono: 02(884-097) 0991053127

PROFORMA No. 001-116

Sr(es): *Daniel Araguano* Fecha: *07/11/2018*

Dirección: *Nayón, Calle Sucre N1-31*

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
	<i>Adecuamiento Terreno</i>			<i>200,00</i>	
	<i>Estructura Metálica</i>			<i>1300,00</i>	
	<i>Cubierta Plástica</i>			<i>500,00</i>	
	<i>Bodega Maquinaria</i>			<i>1000,00</i>	
Son: <i>Tres mil dólares (Válido por 30 días)</i>				SUBTOTAL	<i>3000,00</i>
				DESCUENTO	
				IVA	
				TOTAL	<i>3000,00</i>

ATENTAMENTE

Efren T. Corella S.
1708438856


ANEXO 13. Equipo de Oficina

mercado libre Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresar Ayuda

También puede interesarte: pc - core i7 - corsair - laptop hp - microsoft surface

Volver al listado | Computación > Impresoras y Accesorios > Impresoras > Chorro Tinta > HP Compartir | Vender uno igual



BUYER PROJECT
mercado Lider
hp
HP Deskjet GT
COMPRAS 100% SEGURAS
KIT DE 4 TINTAS HP
INCLUYE IVA Y

Nuevo - 4 vendidos

Kit Tintas Original Hp Gt51/gt52 4 Colores Series Deskjet Gt

U\$S 39⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (4 disponibles)


[Comprar](#)

mercado libre Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresar Ayuda

También puede interesarte: core i7 - case pc - plotter - tableta grafica - pc gamer barata

Volver al listado | Computación > Notebooks y Accesorios > Notebooks > HP > Intel Core i7 Compartir | Vender uno igual | gratis!



Usado

Laptop Hp Core i7, 16gb Ram, 500gb Disco, 2gb Gráficos Hd

U\$S 600

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (25 disponibles)

[Comprar](#)

También puede interesarte: camara canon - camara profesional - gopro - sony alpha - go pro hero 5

Volver al listado Cámaras y Accesorios > Cámaras Digitales > 7 o más Megapíxeles > Nikon [Compartir](#) [Vender uno igual](#)



Nuevo - 6 vendidos [❤](#)

Nikon Coolpix L340 Cámara Digital

U\$S 399

Pago a acordar con el vendedor [Más información](#)

[🔍](#) Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito) [Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)

También puede interesarte: computadoras - core i7 - case pc - gamer - laptop hp

Volver al listado Computación > Impresoras y Accesorios > Impresoras > Equipos Multifunción > HP [Compartir](#) [Vender uno igual](#)



Nuevo - 2 vendidos [❤](#)

Impresora Todo-en-uno Hp Deskjet Ink Advantage 3775 + Wifi

U\$S 69⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito. [Más información](#)

[🔍](#) Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito) [Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad [▼](#) (298 disponibles)

[Comprar](#)

imprime .com

ANEXO 14. Precio Publicidad Facebook

Promocionar publicación

Presupuesto y duración

Influye en la cantidad de personas a las que llegas.

Presupuesto total ⓘ

3,00 USD

Alcance estimado ⓘ

780 - 2.400 personas al día de 17.000

Limita el público o aumenta el presupuesto para llegar a las personas que te importan.

Duración ⓘ

3 días 5 días 7 días **Personalizada**

Publicar este anuncio hasta el 25 de septiembre de 2018

ANEXO 15. Precio Página Web

← → ↻ ⓘ No es seguro | www.paginaswebecuador.ec/precios.html ☆


ple INICIO PÁGINAS WEB PRECIOS CLIENTES CONTÁCTANOS

SMALL	MEDIUM	LARGE	TIENDA VIRTUAL
paga una sola vez \$199 + IVA	paga una sola vez \$299 + IVA	paga una sola vez \$499 + IVA	paga una sola vez \$699 + IVA
1 sección	Desde 3 secciones	Desde 5 secciones	Desde 5 secciones
-	Sección adicional \$49 + IVA	Sección adicional \$89 + IVA	Sección adicional \$89 + IVA
Hasta 3 subsecciones	Hasta 3 subsecciones	Hasta 5 subsecciones	Hasta 5 subsecciones
Desarrollo en HTML5	Desarrollo en HTML5	Desarrollo en WORDPRESS	Desarrollo en WORDPRESS
Administración GRATIS *	Administración GRATIS *	Administración por el CLIENTE	Administración por el CLIENTE

ANEXO 16. Precio Flyers

← → ↻ https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-416541156-hojas-volantes-publicitarias-flyers-x1000unds-2999-_JM [Compartir](#) [Vender uno igual](#)

Volver al listado



Nuevo - 77 vendidos

Hojas Volantes Publicitarias (flyers)

X1000unds **29.99**

U\$S 29⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (22 disponibles)

[Comprar](#)

Descripción

Hojas Volantes publicitarias x1000unds. \$29,99
Impresión ambos lados
Couche de 115g
Full color Ambos lados
Contamos con local para la recepción y entrega de diseños
Tenemos todos los productos relacionados con la imprenta
Estamos en el centro de Quito
Entrega todos los miércoles y viernes
Descuentos especiales para imprenta y diseñadores

Información sobre el vendedor

Ubicación
Quito, Pichincha (Quito)

Este vendedor tuvo problemas en algunas de sus ventas.

[Ver opiniones sobre el vendedor](#)

