



**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**

**CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL**

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:

**INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Tema:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UNA MICROEMPRESA DE ASESORIA Y VENTA DE  
HUERTOS CASEROS Y SEMILLAS EN EL CANTÓN  
GUAYAQUIL**

Tutora:

**Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Msd**

Autores:

**Helao Véliz Ginger Andrea**

**Morla López Brenda Katherine**

Guayaquil, Guayas, Ecuador

**2021**

## **Certificado del Tutor del trabajo de Titulación**

Lsi. **Yandres Janeth García Charcopa** Mgs., en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados **Helao Véliz Ginger Andrea y Morla López Brenda Katherine** , son autores de la Tesis de Grado titulada: **“Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa de asesoría y venta de huertos caseros y semillas en el cantón guayaquil”**, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Lsi. Yandres García Charcopa, Mgs.

**Tutora de trabajo de Titulación**

**Certificado del tribunal**

El trabajo de investigación “**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ASESORIA Y VENTA DE HUERTOS CASEROS Y SEMILLAS EN EL CANTÓN GUAYAQUIL**”, presentado por los egresados **Helao Véliz Ginger Andrea y Morla López Brenda Katherine**, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

---

**Ing. Mercedes Intriago Cedeño****Coordinadora de la carrera**

---

**Lsi. Yandres Janneth García Charcopa****Tutora trabajo investigación**

---

**Msc. Andrea Ruíz Vélez****Miembro del tribunal**

---

**Msc. Verduga Vélez Francisco****Miembro del tribunal**

### **Declaración de autoría**

La responsabilidad de la presente investigación, así como sus argumentos, análisis, procedimientos, ideas, resultados, conclusiones y recomendaciones, pertenecen exclusivamente a sus autoras, el cual constituye un trabajo de originalidad en conjunto con el tutor, se logró culminar con éxito.

Por la autoría que nos asiste, se cede el derecho de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la Universidad San Gregorio de Portoviejo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

-----  
Helao Véliz Ginger Andrea

C.C. 091953126-9

-----  
Morla López Brenda Katherine

C.C. 092790043-1

## **Agradecimiento**

**“El éxito es la suma de pequeños esfuerzos repetidos día tras día”**

*Robert Collier*

Le agradezco a la universidad san Gregorio de Portoviejo, a todo el cuerpo administrativo, docentes, por sus esfuerzos para que el presente proyecto se pudo llevar a cabo para que finalmente pudiera graduarme como una feliz profesional impartíendome sus valores científicos y experiencias profesionales durante el transcurso de nuestra carrera para que nos desarrollemos intelectualmente.

A mis amigos que a pesar de la distancia siempre me dieron el impulso de llegar a mi meta final, es especial a mi amiga Brenda Morla L., por ser mi brazo derecho cuando he querido caer.

A mi querida Tutora de Tesis Lsi. Yandres García, quien con su abnegación, paciente dedicación e inteligente asesoría supo orientarme y guiar la ejecución y cumplimiento del presente estudio.

Helao Véliz Ginger Andrea

A Dios, por iluminar mi camino, mis pensamientos y guiar mis pasos, por la fuerza necesaria para lograr este objetivo en mi vida profesional y personal.

Mi gratitud infinita a la Universidad San Gregorio de Portoviejo, por darme la oportunidad de culminar mis estudios, por los grandes Docentes que cada fin de semana impartían sus conocimientos profesionales y calidad humana; desarrollando habilidades y fomentando valores competitivos que serán de mucha fortaleza para desempeñarnos de una manera eficaz en el mundo empresarial.

A mi querida Maestra de Tesis Lsi. Yandres García; mujer enriquecedora de conocimientos, que, con su apoyo incondicional, paciencia y perseverancia nos supo enrumbar y guiar en la elaboración de este proyecto.

Morla López Brenda Katherine

## **Dedicatoria**

Dedico este ensayo en primer lugar a Dios por permitirme tener vida, salud y ser el forjador de cada pensamiento y acción, que me ha dado la fuerza para llevar a un feliz término y poder realizar uno de mis propósitos y sueños que es ser Ingeniera en Gestión Empresarial.

A mi esposo Jorge Esparza por su sacrificio y esfuerzo en tenerme paciencia a mí y a sus hijas, por creer en mi capacidad, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre ha estado brindándome su comprensión cariño, amor y tolerancia durante este proceso.

A mis amadas hijas Andrea, Camila, Sophie, madre, padre, hermanos por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor, con palabras de aliento no me dejaban caer para que siga adelante y siempre sea perseverante y cumpla con mis ideales

A mis compañeros y amigos presentes y pasados quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas y todas aquellas personas durante 18 meses estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

Helao Véliz Ginger Andrea

Dedico estas líneas a Dios por su inagotable gracia para conmigo, por darme la fortaleza para seguir en este lindo proceso que me lleva a culminar una etapa de mi vida y poder decir una vez más...

¡Lo logré!

A mis padres, por su apoyo incondicional con mucho amor y dedicación este título es para ustedes; a mi familia por ser empuje para no decaer cuando se presentaron los momentos de adversidad.

A mi madre querida, por estar dispuesta acompañarme en cada noche de estudio, su compañía era mi motivación para seguir adelante. Te amo mami.

A mis grandes amigos, que me regalo la vida en un aula virtual con nuestros aciertos y desaciertos juntos hemos llegado a esta gran meta, de obtener nuestro título profesional.

A mi amiga de fórmula Ginger Helao, por sus ejemplos constante de ser una excelente amiga y compañera de tesis; juntas hemos alcanzado esta meta, ¡eres mujer de logros!

Son muchos mis amigos, que una vez más creyeron en esta Humilde servidora y que sus palabras fueron tan certeras y bálsamo para seguir con ahincó y no decaer cuando quería claudicar.

Gracias a cada uno de ustedes para que esta meta se vea reflejada.

Morla López Brenda Katherine

**UNIVERSIDAD “SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO”**

**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:**

**INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Resumen**

En la actualidad se ha visto el alto consumo de pesticidas en los alimentos, lo cual ha quitado su valor nutricional para el individuo, provocando desnutrición y hasta cierto punto enfermedades a la ciudadanía; en estos tiempos nos hemos visto golpeados por una pandemia a nivel mundial, misma que ha hecho que el ser humano se reinvierte a crear su propio huerto, encontrando en él una terapia y autoayuda, debido a la escasez que este origina. Este proyecto tiene como finalidad mejorar la alimentación a través de las asesorías, la venta de semillas e insumos para la construcción de huertos caseros, produciendo sus propios alimentos libres de pesticidas y de manera orgánica, que permita contribuir con la seguridad alimentaria a las familias. Fomentando a una agricultura urbana con la capacidad de implementar, mantener y cuidar su huerto en beneficio de su economía y salud. El análisis de prefactibilidad se lo realizó por medio de encuestas a 320 familias en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, determinándonos la aceptación de recuperación de espacios para el cultivo de alimentos. Este tipo de negocios, nos permite abarcar desde la enseñanza-práctica del mundo agrícola, fomentando la unión de las familias en conexión con el medio ambiente.

**Palabras Claves:** Seguridad alimentaria, Prefactibilidad, economía, Agrícola, Huerto.



**UNIVERSIDAD “SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO”**

**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:**

**INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Abstract**

At present, the high consumption of pesticides in food has been seen, which has taken away its nutritional value for the individual, causing malnutrition and to a certain extent disease for citizens; In these times we have been hit by a worldwide pandemic, which has made human beings reinvest in creating their own garden, finding in it a therapy and self-help, due to the scarcity that this originated. The purpose of this project is to improve nutrition through consultancies, the sale of seeds and supplies for the construction of home gardens, producing their own pesticide-free food in an organic way, which allows them to contribute to food security for families. Promoting urban agriculture with the ability to implement, maintain and take care of its garden for the benefit of its economy and health. The pre-feasibility analysis was carried out through surveys of 320 families in the northern sector of the city of Guayaquil, determining the acceptance of the recovery of spaces for growing food. This type of business allows us to cover from the teaching-practice of the agricultural world, promoting the union of families in connection with the environment.

**Palabras Claves:** Food safety, Pre-feasibility, economy, Agricultural, Vegetable patch.

## **Introducción**

El presente proyecto de prefactibilidad, tiene como finalidad fomentar las buenas prácticas agrícolas, promoviendo una cultura en la cual sea de fácil acceso sembrar sus propias plantas y vegetales para su consumo. Ya sean estas medicinales, ornamentales o frutales.

Cada vez más, el tener un Huerto en casa tiene un gran reconocimiento e importancia como en espacios grandes, pequeños o reducidos, igual manera en espacios verdes y sostenibles; al mismo tiempo sirve como una gran herramienta de educación ambiental, fomentando el desarrollo de terapias y el entretenimiento para quien lo desee tener y esto a su vez generando una rentabilidad con sus excedentes. Por lo tanto, nos hemos visto en la creación de dicho proyecto que consta de 5 capítulos.

**Capítulo I:** considerar el comienzo del problema, estudiando su descripción, desde los objetivos generales hacia los objetivos específicos, implementando ideas en solución y satisfacción de quien adquiera de nuestros productos.

**Capítulo II:** profundizaremos el marco teórico en donde se determinará los antecedentes tomando como referencias las variables que se implementan en el proyecto, planteando definiciones, conceptos de autores e investigaciones que nos da la credibilidad de implementar el proyecto.

**Capítulo III:** Es el tipo de diseño que se realizara en el proyecto de investigación, verificado a través de una muestra que nos llevara a un número determinado de la población para poder realizar nuestra encuesta.

**Capítulo IV:** Contiene el análisis e interpretación de resultados que se realizó a través de la implementación de las encuestas, comercialización y marketing de como llegaremos a nuestro mercado objetivo, analizaremos el aspecto legal para la constitución de nuestra microempresa.

**Capítulo V:** Es el análisis de los estados financieros, la cual nos permite tener un resultado más objetivo, en donde podamos ver la capacidad y el costo del proyecto a invertir, dando por sentado la viabilidad del mismo.

## Índice general

<b>Certificado del Tutor del trabajo de Titulación .....</b>	<b>ii</b>
<b>Certificado del tribunal.....</b>	<b>iii</b>
<b>Declaración de autoría .....</b>	<b>iv</b>
<b>Agradecimiento.....</b>	<b>v</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>vi</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>viii</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>x</b>
<b>Índice general.....</b>	<b>xii</b>
<b>Índice de tablas .....</b>	<b>xix</b>
<b>Índice de Figuras .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>Capítulo I.....</b>	<b>1</b>
<b>1 Problematización.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Tema .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Antecedentes generales .....</b>	<b>1</b>
<b>1.3 Formulación del problema .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Planteamiento del problema.....</b>	<b>6</b>

<b>1.5</b>	<b>Preguntas de la investigación .....</b>	<b>8</b>
<b>1.6</b>	<b>Delimitación del problema .....</b>	<b>8</b>
<b>1.7</b>	<b>Justificación .....</b>	<b>9</b>
<b>1.8</b>	<b>Objetivos .....</b>	<b>12</b>
1.8.1	Objetivo general .....	12
1.8.2	Objetivos específicos .....	12
<b>1.9</b>	<b>Conclusión.....</b>	<b>12</b>
<b>Capítulo II ... ..</b>		<b>14</b>
<b>2</b>	<b>Contextualización.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1</b>	<b>Marco teórico.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2</b>	<b>Marco Conceptual.....</b>	<b>43</b>
<b>2.3</b>	<b>Marco Ambiental .....</b>	<b>45</b>
<b>2.4</b>	<b>Variables .....</b>	<b>46</b>
2.4.1	Variable independiente: Proyecto de prefactibilidad .....	46
2.4.2	Variable dependiente: Creación de microempresa.....	47
<b>2.5</b>	<b>Operacionalización de las Variables.....</b>	<b>48</b>

<b>2.6</b>	<b>Conclusión.....</b>	<b>50</b>
	<b>Capítulo III....</b>	<b>51</b>
<b>3</b>	<b>Marco Metodológico .....</b>	<b>51</b>
<b>3.1</b>	<b>Plan de investigación.....</b>	<b>51</b>
<b>3.2</b>	<b>Tipos de investigación .....</b>	<b>53</b>
<b>3.3</b>	<b>Fuentes y Técnicas e instrumentos de investigación .....</b>	<b>58</b>
<b>3.4</b>	<b>Fuentes de Investigación.....</b>	<b>61</b>
	3.4.1 Población.....	62
	3.4.2 Cálculo de población.....	63
<b>3.5</b>	<b>Muestra .....</b>	<b>65</b>
	3.5.1 Tipos de muestra .....	65
	3.5.2 Tamaño de la muestra .....	66
	3.5.3 Cálculo de la muestra .....	68
<b>3.6</b>	<b>Conclusión.....</b>	<b>69</b>
	<b>Capítulo IV.....</b>	<b>70</b>
<b>4</b>	<b>Formulación del proyecto.....</b>	<b>70</b>

<b>4.1</b>	<b>Análisis e Interpretación de resultados .....</b>	<b>70</b>
<b>4.2</b>	<b>Estudio de Mercado .....</b>	<b>82</b>
4.2.1	Microambiente .....	83
4.2.2	Macro ambiente.....	85
4.2.3	Demanda .....	85
4.2.4	Demanda Insatisfecha .....	89
4.2.5	Oferta.....	92
4.2.6	Producto .....	95
4.2.7	Precio.....	97
4.2.8	Comercialización.....	97
4.2.9	Promoción .....	98
<b>4.3</b>	<b>Estudio Técnico .....</b>	<b>99</b>
4.3.1	Dimensión y características.....	99
4.3.2	Localización del Proyecto .....	101
4.3.3	Tecnología del proceso productivo .....	103
4.3.4	Ingeniería del proyecto.....	105

4.3.5	Maquinarias y Equipos.....	105
<b>4.4</b>	<b>Estudio Administrativo.....</b>	<b>109</b>
4.4.1	Análisis situacional .....	109
4.4.2	Estructura y organización talento humano.....	115
4.4.3	Manual de funciones .....	116
<b>4.5</b>	<b>Estudio Legal .....</b>	<b>122</b>
4.5.1	Tipo de empresa .....	122
<b>4.6</b>	<b>Conclusión.....</b>	<b>129</b>
<b>Capítulo V.....</b>	<b>.....</b>	<b>130</b>
<b>5</b>	<b>Propuesta .....</b>	<b>130</b>
<b>5.1</b>	<b>Título de la propuesta .....</b>	<b>130</b>
<b>5.2</b>	<b>Autores de la propuesta .....</b>	<b>130</b>
<b>5.3</b>	<b>Empresa auspiciante .....</b>	<b>130</b>
<b>5.4</b>	<b>Área que cubre la propuesta .....</b>	<b>130</b>
<b>5.5</b>	<b>Fecha de presentación.....</b>	<b>130</b>
<b>5.6</b>	<b>Fecha de Terminación.....</b>	<b>130</b>

<b>5.7</b>	<b>Duración del Proyecto.....</b>	<b>130</b>
<b>5.8</b>	<b>Participantes del Proyecto.....</b>	<b>130</b>
<b>5.9</b>	<b>Objetivo General de la propuesta.....</b>	<b>131</b>
<b>5.10</b>	<b>Objetivos Específicos .....</b>	<b>131</b>
<b>5.11</b>	<b>Beneficiarios directos .....</b>	<b>131</b>
<b>5.12</b>	<b>Beneficiarios Indirectos .....</b>	<b>131</b>
<b>5.13</b>	<b>Impacto de la propuesta .....</b>	<b>131</b>
<b>5.14</b>	<b>Descripción de la propuesta .....</b>	<b>132</b>
5.14.1	Ingresos .....	135
5.14.2	Costos de Materiales Directos.....	135
5.14.3	Préstamos del proyecto .....	136
5.14.4	Estados Financieros.....	138
5.14.5	Flujo de Caja .....	140
5.14.6	Evaluación Económica.....	142
5.14.7	Evaluación Financiera.....	143
5.14.8	Relación Beneficio-Costo .....	144

5.14.9	Tiempo de Recuperación de la Inversión.....	145
5.14.10	Análisis de Sensibilidad.....	145
<b>5.15</b>	<b>Importancia .....</b>	<b>146</b>
<b>5.16</b>	<b>Metas del Proyecto .....</b>	<b>146</b>
<b>5.17</b>	<b>Finalidad de la propuesta .....</b>	<b>147</b>
<b>5.18</b>	<b>Conclusión.....</b>	<b>147</b>
	<b>Referencias.....</b>	<b>148</b>
	<b>Apéndices.....</b>	<b>163</b>
	<b>Apéndice A Encuesta.....</b>	<b>164</b>
	<b>Cuestionario.....</b>	<b>165</b>
	<b>Apéndice B Entrevista.....</b>	<b>169</b>
	<b>Apéndice C Investigación de Campo .....</b>	<b>173</b>

## Índice de tablas

<b>CONTENIDOS:</b>	<b>PÁGINAS:</b>
Tabla 1 Ciclos de prefactibilidad .....	15
Tabla 2 Material para el huerto .....	31
Tabla 3 Variable independiente: Proyecto de prefactibilidad .....	48
Tabla 4 Variable Dependiente: Creación de Microempresa .....	49
Tabla 5 Censo.....	64
Tabla 6 Tamaño de Población.....	67
Tabla 7 Cálculo de la muestra.....	68
Tabla 8 Conoce el tiempo y proceso que lleva acabo un Huerto .....	71
Tabla 9 Conoce usted de los materiales e insumos que se necesita para tener un Huerto en casa.....	72
Tabla 10 Del 1 al 5, sabe lo que necesitaría para tener un huerto en casa .....	73
Tabla 11 Qué espacio dispone usted para implementar un Huerto casero.....	74
Tabla 12 Qué tipo de diseño le gustaría tener .....	75
Tabla 13 Estaría dispuesto a invertir por la implementación de un Kit para principiantes que incluya: semilla, tierra, maceta y asesoría .....	76

Tabla 14 Qué tipos de Huertos caseros le gustaría implementar .....	77
Tabla 15 Cómo le gustaría enterarse de la venta y asesoría Organika Garden	
Ginbre.....	78
Tabla 16 Sus medios de compra frecuente.....	79
Tabla 17 Si usted está dispuesto a implementar un huerto en su domicilio, Cuál sería su medio de pago. ....	80
Tabla 18 A que proveedor usted recurre cuando requiere de una planta, semilla o asesoría.....	81
Tabla 19 Demanda .....	88
Tabla 20 Competidores .....	89
Tabla 21 Demanda Insatisfecha .....	90
Tabla 22 Oferta .....	95
Tabla 23 Productos.....	96
Tabla 24 Tamaño del Proyecto .....	100
Tabla 25 Maquinarias y Equipos.....	106
Tabla 26 Costos Unitarios por materia prima .....	106
Tabla 27 Costo de producción del Kit de plantas .....	107

Tabla 28 Costo de producción de kit de iniciación .....	107
Tabla 29 Costo de producción Kit semillas .....	107
Tabla 30 Margen de ganancia del kit plantas.....	108
Tabla 31 Margen de ganancia el kit de iniciación.....	108
Tabla 32 Margen de ganancia del kit de semillas .....	109
Tabla 33 Descripción de los productos .....	134
Tabla 34 Proyección de Ingresos .....	135
Tabla 35 Materiales Directos .....	136
Tabla 36 Proyección de Amortización.....	137
Tabla 37 Estado Situación Financiera Proyectado.....	139
Tabla 38 Estado de Resultados .....	140
Tabla 39 Flujos de fondos proyectados.....	141
Tabla 40 Flujo de Fondos proyectados .....	142
Tabla 41 Punto de Equilibrio .....	142
Tabla 42 Evaluación Financiera-Cálculo .....	144
Tabla 43 Relación beneficio-costos.....	144

Tabla 44 Tiempo de Recuperación de la Inversión.....145

Tabla 45 Análisis de Sensibilidad.....146

## Índice de Figuras

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Figura 1. Huertos Caseros .....	5
Figura 2. Lechuga.....	23
Figura 3. Albahaca.....	23
Figura 4. Tomate.....	24
Figura 5. Pimiento .....	25
Figura 6. Zanahoria.....	25
Figura 7. Menta.....	26
Figura 8. Pepino.....	26
Figura 9. Rabanito .....	27
Figura 10. Cebollín.....	27
Figura 11. Consuelda.....	28
Figura 12. Llantén.....	28
Figura 13. Melón .....	29
Figura 14. Arándanos .....	29
Figura 15. Ubicación de las plantas -Fuente: web huertos .....	32

Figura 16.	Manejo de Hortalizas .....	33
Figura 17.	Factibilidad.....	38
Figura 18.	Etapas de Factibilidad .....	39
Figura 19.	Etapas de Prefactibilidad.....	42
Figura 20.	La Investigación Científica Cuantitativa.....	55
Figura 21.	La Investigación Científica Cualitativa.....	57
Figura 22.	Fuentes de Investigación Fuentes: (Rivera, 2015) .....	62
Figura 23.	Conoce usted el tiempo y proceso que lleva acabo un Huerto...71	
Figura 24.	¿Qué tanto conoce usted de los materiales e insumos que se necesita para tener un Huerto en casa? .....	72
Figura 25.	Del 1 al 5 ¿Sabe lo que necesitaría para tener un huerto en casa?.....	73
Figura 26.	Qué espacio dispone usted para implementar un Huerto casero	74
Figura 27.	¿Qué tipo de diseño le gustaría tener?.....	75
Figura 28.	Cuánto estaría dispuesto a invertir por la implementación de un Kit para principiantes que incluya: semilla, tierra, maceta y asesoría. ....	76
Figura 29.	Qué tipos de Huertos caseros le gustaría implementar .....	77

Figura 30. Cómo le gustaría enterarse de la venta y asesoría Organika Garden Ginbre .....	78
Figura 31. Cuáles son sus medios de compra frecuente .....	79
Figura 32. Si usted está dispuesto a implementar un huerto en su domicilio, Cuál sería su medio de pago.....	80
Figura 33. A que proveedor usted recurre cuando requiere de una planta, semilla o asesoría. Menciónelo. ....	81
Figura 34. Competidores .....	93
Figura 35. Slogan de la empresa Ginbre.....	96
Figura 36. Layout Organika Garden Ginbre.....	100
Figura 37. Macro localización .....	101
Figura 38. Localización del Proyecto .....	102
Figura 39. Función de Producción.....	104
Figura 40. Procesos Administrativos.....	111
Figura 41. Estructura y Organización Talento Humano.....	115
Figura 42. Punto de equilibrio de GinBre.....	143

## **Capítulo I**

### **1 Problematización**

#### **1.1 Tema**

Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa de asesoría y venta de huertos caseros y semillas en el cantón Guayaquil.

#### **1.2 Antecedentes generales**

El mundo está en persistente cambio, de las cuales el ser humano se ha visto en el compromiso de renovar e implementar nuevas vías de huertos donde se pueda conservar o cultivar, hortalizas, plantas medicinales, verduras, frutas o jardines en casa, con el objetivo de consumir a bajo costo productos frescos, orgánicos y libres de químicos.

Esta forma de huertos Urbanos puede proveer a las familias recursos alimenticios, económicos y de salud, como opción de satisfacer las necesidades. Los Huertos, nacieron a partir de la segunda Guerra Mundial, se aplicaron en las ciudades de Estados Unidos, Alemania y Reino Unido donde usaban terrenos para producir el 40% de los alimentos, la cultura de los huertos caseros se ha ido extendiendo a lo largo de los años, tanto en los países desarrollados gracias a movimientos ecologistas, como países en vías de crecimiento cultivando nuestra propia verdura sabiendo que es lo que vamos a consumir, observando que hoy día es valorado sobremanera.

En esta evolución agrícola, los huertos familiares dejaron de ser importantes y quedaron olvidados en segundo plano, en algunos lugares prácticamente desaparecieron. Durante los últimos tiempos por la escasez

alimentaria, diferentes organizaciones a nivel mundial tienen proyectos para la restauración de los huertos, como medida de incentivo y recuperación de esta costumbre milenaria de los pequeños espacios de producción de alimentos como: frutas, hortalizas, plantas medicinales, que se encontraba junto a la vivienda y que era parte de la convivencia familiar.

En el Ecuador la localidad urbana se ha incrementado en un 28 %. Este aumento se da por la llegada de gente del campo a la ciudad por un futuro mejor y con ellos se traslada la práctica de la agricultura, incrementado notablemente un nuevo concepto la cual es llamada Agricultura Urbana.

Se nombra como Agricultura Urbana (en adelante AU), a varios cambios que ha tenido, considerando el mismo concepto de promover la ayuda comunitaria como es el caso de Cuba y en ciudades europeas como Berlín, Londres, París.

La agricultura urbana es un medio de llevar el campo a la ciudad donde se observa los huertos urbanos más famosos del mundo:

- Huerto urbano City Farm (Tokyo)
- Huerto urbano del Hotel Wellington.
- Lufa farms (Montreal - Canadá)
- Prinzessinnengärten (Jardín de las princesas - Berlin)
- Huerto orgánico de la Casa Blanca. (EEUU)
- Brooklyn Grange. (Nueva York)
- Hotel Waldorf Astoria (Nueva York)

Hoy en día esta habilidad se va incrementando en países como: Brasil, Uruguay, Perú, entre otros.

La exigencia de realizar este estudio, se analiza varias de las características en el desarrollo urbano; las familias ecuatorianas que se encuentran en sectores urbanos manifiestan varios problemas en el ámbito social, económico y ambiental que afligen su diario vivir.

Tomándose en consideración los factores que intervienen cuando no aplicamos las prácticas y las diferencias de la AU en la ciudad, no satisfaciendo las necesidades del individuo; en el Ecuador con resultados actualizados de pobreza, desigualdad y mercado laboral a diciembre del 2020 se ubicó en 32,4% en comparación al 25% de diciembre del 2019, incrementando más de 7 puntos porcentuales estadísticamente significativo, según el informe del Instituto nacional de Estadísticas y censos (INEC).

La pobreza urbana en diciembre del 2020 fue de 25.1%, mientras que en diciembre del 2019 se ubicó en 17,2%, lo que se traduce en una variación de 7.5%, no estadísticamente significativa. Para el mismo periodo, la pobreza a nivel rural pasó de 41,8% a 47.9%, una variación de 6,1% datos realizados por el INEC el 91% de los ecuatorianos habitan en áreas Urbano-rural y es en esta zona donde los inconvenientes se desarrollan con mayor intensidad por falta de fuentes de trabajo, por dificultades alimenticias y por el estilo de vida del sector.

La práctica de la Agricultura Urbana se ha dado como un proceso de participación solidaria que pretende integrar a la comunidad, convirtiéndose hoy en día en una alternativa sostenible para la producción de verduras frescas, un

hobby apasionante, educativo y terapéutico la cual nos hace ver que son fundamentales en tiempos difíciles donde los alimentos disminuyen y a su vez es una manera de mejorar los hábitos alimenticios más saludables; la satisfacción de consumir tu propio cultivo, nos hace pensar, valorar y respetar la naturaleza contribuyendo al medio ambiente en la purificación del aire y a su vez beneficiarnos de ella.

El propósito de este proyecto es promover un modelo de negocio con diferentes aspectos que van desde la enseñanza con las prácticas agrícolas recuperando espacios para cultivo y esparcimiento en la implementación de un huerto para el desarrollo psíquico y emocional del individuo, contribuyendo al desarrollo y la seguridad alimentaria en tiempos de crisis económica y social que promuevan a una mejora más sostenible y sustentable.

Según la FAO, Roma, 2019 (Food and Agriculture Organization) “una alimentación limitada e inestable no es siempre el resultado de una escasez de alimentos o de la falta de dinero para comprarlos; también se relaciona con el descuido de la familia en los principios de una buena alimentación y nutrición”.

Actualmente, debido a la industrialización y el avance tecnológico la alimentación se ha visto afectada por las malas combinaciones alimentarias con excesos de hidratos de carbono y grasas saturadas, afectando el estado nutricional de los integrantes de la familia.

A través de esta investigación se desea crear una microempresa en donde se dé una asesoría personalizada a las personas que deseen implementar un huerto orgánico en la comodidad de su hogar, a fin de fomentar el consumo regular de

alimentos saludables, promoviendo el aumento del consumo vegetal, los cuales proveen gran cantidad de beneficios y gozar de una adecuada salud evitando enfermedades; de esa manera educamos y damos a conocer lo beneficioso que es tener un huerto casero y a su vez creamos una fuente de empleo que ayudara a mejorar su economía.



*Figura 1.* Huertos Caseros

Nota: (Sostenibilidad para todos, 2019)

### **1.3 Formulación del problema**

¿Cómo determinar la viabilidad financiera en la creación de la microempresa “Huertos Caseros” en la ciudadela Las Orquídeas del cantón Guayaquil de la provincia del Guayas en el periodo fiscal 2021?

### **1.4 Planteamiento del problema**

Los huertos familiares o caseros, han existido en todas las culturas del mundo desde hace ya miles de años y considerado por muchas personas el génesis o el comienzo de la agricultura. Sin embargo, por la industrialización y la explosión demográfica, apareció la llamada “Revolución Verde” en la década de los años 60 del siglo pasado, que consiste en el aumento del rendimiento en la producción agrícola con la manipulación genética de semillas, transformándolas en híbridas y con la utilización de fertilizantes químicos; para obtener una producción de alimentos a gran escala, para satisfacer la demanda de la sociedad creciente. Pero los alimentos producidos de esta forma son perjudiciales para la salud de las personas y en consecuencia también se ha violentado a la madre naturaleza.

A nivel mundial, la alimentación se presenta como en dos polos opuestos; mientras en él, un grupo de gente tiene un alto índice de desnutrición debido a la carencia de una buena alimentación, el otro grupo sufre de sobrepeso y problemas de salud debido al consumo de alimentos chatarra que dañan la salud de los individuos. Las inversiones en nutrición y en educación son esenciales para romper el ciclo de pobreza y malnutrición.

El huerto familiar puede proveer a la familia una importante variedad de alimentos durante todo el año, además de ingresos adicionales en el caso de tener excedentes. Se debe tomar en consideración que los alimentos producidos por el huerto deben utilizarse, en primer lugar, para el consumo diario de la familia y en segundo lugar para la venta (excedentes del huerto), con el fin de obtener otros ingresos una vez satisfecho el consumo de la familia.

Por tal razón una propuesta de solución es que se incremente el cultivo de huertos familiares, ya que los mismos ayudaran a mejorar el rendimiento saludable de muchas personas, favoreciendo así a su calidad de vida tanto física como económica.

En la ciudad de Guayaquil, no existe un número específico de huertos caseros sin embargo el Centro Polifuncional Zumar impulsa, desde el año 2008 el desarrollo de huertos familiares en algunos sectores de la ciudad de Guayaquil, tratando de desarrollar en las personas varios aspectos y uno de los más importantes, es el tema de salud y alimentación ya que es una forma de proveer productos ecológicos y comestibles, cuidando del medio ambiente lo que a su vez fortalece el huerto volviéndolo más productivo.

En la viabilidad técnica, se contará con instructores en la rama de agricultura, que nos proporcionen de manera técnica las diferentes formas y sistema de cultivo, los costos de instalación, materia prima tomando en consideración material biodegradable que no genere tanto impacto ambiental.

Es viable económicamente porque podemos invertir en la compra de semillas, tierra de sembrar según la variedad, cartón o papel periódico, tablas de encofrado,

abono orgánico, a fin de que se amplíe las posibilidades de disponer de productos frescos y orgánicos en el hogar, favoreciendo el crecimiento de las plantas en sus diferentes etapas, lo que a su vez ayuda a ahorrar tiempo y dinero en el manejo del huerto.

### 1.5 Preguntas de la investigación

- ¿Cómo se realiza un estudio de mercado en el proyecto de prefactibilidad en el ámbito de la microempresa?
- ¿Cuáles son los parámetros técnicos a seguir para el presente proyecto de investigación en relación al proyecto de prefactibilidad?
- ¿Cómo influyen las normativas legales del Ecuador a las Pymes?
- ¿Cuál es el nivel de endeudamiento viable para un proyecto de esta índole?

### 1.6 Delimitación del problema

<b>Campo:</b>	Empresarial
<b>Área:</b>	Financiera
<b>Aspectos:</b>	Prefactibilidad, microempresa, huerto
<b>Tema:</b>	Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa de asesoría y venta de huertos caseros y semillas en el cantón Guayaquil
<b>Espacio:</b>	Cantón Guayaquil, Parroquia Tarqui, Ciudadela las Orquídeas
<b>Tiempo:</b>	2021
<b>Línea de investigación:</b>	Desarrollo e innovación empresarial.

## 1.7 Justificación

La presente investigación tiene como finalidad de concientizar que en medio del cemento y el asfalto de las ciudades, la naturaleza comienza a encontrar espacios a través de los huertos; motivar a muchos a que pueden sembrar sus propios alimentos, por tal razón es necesario implementar huertos caseros, no se requiere de un gran espacio o de tener grandes volúmenes de tierra, produciendo constantemente, todo el tiempo maximizando el espacio que sea necesario desde la comodidad del Hogar; ya que es una manera segura de tener alimentos saludables; los huertos en patios o Jardines son una oportunidad para devolverle un poco de equilibrio al ecosistema, por ejemplo sembrando plantas que atraiga abejas para la polinización, otras que son repelentes naturales de mosquitos y plagas, fomentando un sano esparcimiento en la cual se verá reflejada las habilidades agrícolas; en muchas ocasiones esto ayuda a sobrellevar la soledad, y obtiene su propio alimento para su consumo.

“Los Huertos caseros son: gran sostenibilidad ambiental debido a que la tierra enfrenta grandes retos para el uso eficiente de recursos para preservar y regenerar el capital natural, por eso es indispensable identificar espacios de inserción en las cadenas de valor, que permitan intercambios justos y equitativos gestionando responsablemente los recursos, estableciendo prácticas productivas de menor impacto, que permitan mitigar los impactos del cambio climático” (Plan Nacional del buen vivir, 2017-2021,p.81).

Esta propuesta cuenta con el apoyo de la FECAOL (Federaciones Organizaciones Campesinas del Litoral), cuyo sistema lucha por las

organizaciones agrícolas, fomentando una agricultura alternativa, libre de productos tóxicos, sin la dependencia de tiendas de agroquímicos y buscando el buen vivir para las familias ecuatorianas.

El Jardín Botánico, ubicado en la Ciudadela las Orquídeas, los directivos de esta entidad privada, están dispuestos a brindar asesoría técnica financiera en la realización de este proyecto, que beneficia a las familias de este populoso sector de la Parroquia Tarqui, de la ciudad de Guayaquil.

Los propietarios de viveros ubicados en la Parroquia Tarqui colaboran con las semillas de vegetales, frutas, medicinales para la siembra de Huertos caseros en diferentes viviendas de la ciudadela las Orquídeas.

Este proyecto es conveniente porque las personas que habitan en la ciudad de Guayaquil, cada vez más buscan una relación cercana con las plantas en un entorno de cemento; nuestra propuesta es que se pueda aprovechar cualquier espacio para cultivar plantas como hortalizas, frutas y medicinales en huertos verticales hasta patios, que sean para consumo y comercialización.

Es de relevancia social, permitiendo la interacción con el núcleo familiar y la comunidad; mejorando la percepción sobre la labor que realizan los agricultores, lo que a su vez permite entender y apreciar el valor nutritivo de los productos, para así contribuir de una manera más saludable por un bienestar estable fomentando el compromiso y dedicación donde la convivencia y apoyo mutuo priman.

Por tal razón al momento de implementar nuestros productos o servicios de huertos orgánicos; captaremos la atención del cliente la cual nos permitirá ganar su confianza, generando una vida más saludable e ingresos económicos con la venta de la producción excedente.

En correspondencia al valor teórico con la Investigación de Campo, recolectaremos información relevante de los lugares donde se esté implementando este tipo de proyecto, obteniendo una alianza que nos permita recolectar información documentada de manera eficiente al desempeño de la microempresa.

Utilidad metodológica, nos permite plasmar una planificación para la toma de decisiones de acuerdo a las herramientas de investigación para llegar a las innovaciones y mejora; detectando a tiempo los factores que podrían afectar a la creación de la microempresa, con técnicas accesibles y con un enfoque de protección al medio ambiente

La viabilidad de este proyecto cuenta con sus factores técnicos, sociales, ambientales.

Viabilidad técnica: se analizará cuantitativamente y cualitativamente los recursos a emplearse.

Viabilidad Socio- cultural: se analizará las costumbres, normas 1 zona de Guayaquil de la parroquia Tarqui donde se ejecutará el proyecto.

Viabilidad Ambiental: se logrará un equilibrio ecológico.

## **1.8 Objetivos**

### **1.8.1 Objetivo general**

Desarrollar un proyecto de viabilidad financiera para la creación de la microempresa “Huertos Caseros” en la ciudadela Las Orquídeas, cantón Guayaquil.

### **1.8.2 Objetivos específicos**

- Efectuar un estudio de mercado que se relacionen con la demanda, la oferta, el producto y servicio en la creación de la microempresa “Huertos Caseros”.
- Elaborar un estudio técnico, operativo y administrativo que permita a la microempresa la identificación de los criterios de instalación, tamaño, costos de los insumos que intervendrán en el proyecto.
- Examinar los aspectos legales requeridos para la ejecución del presente proyecto de prefactibilidad por medio del estudio organizacional.
- Evaluar a través de un estudio financiero el nivel de desembolso necesario para la formación de la infraestructura y producción para la microempresa “Huertos Caseros”.

## **1.9 Conclusión**

Este capítulo contiene las razones por la cual se va a realizar este proyecto considerando que para las personas interesadas en querer cultivar sus propias verduras, frutas y plantas medicinales mejoraría su nutrición en gran manera y a su vez esta genere una seguridad alimentaria. Ya que hoy en día la gente que suele comer verduras y frutas corre un menor riesgo de desarrollar los principales males

como un cáncer o enfermedades cardiovasculares, la importancia de desarrollar este proyecto es brindar una solución y satisfacer sus necesidades.

## Capítulo II

### 2 Contextualización

#### 2.1 Marco teórico

##### **Proyecto de Pre factibilidad**

La preparación de proyectos al igual que los seres humanos y otros organismos vivos, tienen un ciclo de vida: **un principio y un final** en la que se lleva a cabo en una sucesión de etapas, en cada una de las cuales se reduce el grado de riesgo o incertidumbre.

Estas fases de los estudios financieros permiten conocer la viabilidad técnica, económica, financiera, social, ambiental y legal siendo equitativos con la información para la elaboración del efectivo a manejarse en la propuesta planteada; para tal fin se realizará los estudios pertinentes con indicadores de crecimiento. Realizando cuadros comparativos de las proyecciones planteados vs. Proyecciones reales. Cabe indicar que debe contener los siguientes aspectos:

Análisis de la situación actual, que señale el problema a solucionar con el proyecto. Esta función, debe incluir la investigación de la oferta y la demanda de lo que se ofrece en este proyecto. Identificando los beneficios y los contras del proyecto tomando en cuenta los recursos a utilizarse de la mejor manera.

El procedimiento técnico del proyecto permitirá presentar los costos de inversión y los costos de operación del mismo. Un proyecto de prefactibilidad es un compendio de ideas que implementaríamos en el ámbito comercial y empresarial con

valor agregado para la implementación de los huertos garantizando resultados viables.

“El estudio de prefactibilidad, recibe información acerca de datos que afecten los elementos del proyecto, las representaciones legales, así mismo se debe investigar las técnicas (si existen) de producir el bien o servicio”. (Pimentel, 2008, p. 17 )

Es determinar con exactitud el estudio de campo a fin de encontrar las mejores opciones en la implementación de este proyecto, que sea lo más viable posibles para así adquirir sus ganancias y métodos de financiación.

Tabla 1

*Ciclos de pre factibilidad*

<b>Prefactibilidad</b>	<b>Detalles</b>
Antecedentes del proceso	Bases en las que se fundamenta el proyecto
Estudio de Mercado	Análisis complejos y formulación del proyecto
Estudio Técnico	Posibilidad de producir o vender el producto
Estudio Organizacional	Definir la estructura de la organización socios, entidades financieras, asociaciones.
Estudio Financiero	Balances Generales de ingresos y egresos.
Evaluación Financiera	Indicadores que nos brinden beneficios financieros y sociales al proyecto.

## **Creación de Microempresa**

El presente proyecto tiene como finalidad llevar a cabo cumplir con los objetivos de la práctica, considerando que los Huertos caseros son de cultura urbana para su propio abastecimiento, obteniendo ingresos mensuales, beneficios para la salud psíquica, emocional y física que les permita contribuir a las familias con sus productos propios y emprendimientos.

Para conocer cuáles serían los elementos que influyen en la implementación de la Agricultura Urbana, es necesario previamente definir que es la Agricultura Urbana. El enfoque dado a la investigación la agricultura como tal ocupa un lugar especial entre la práctica y la teoría de la sociedad sustentable (Dobson, 1997, p.144)

“Los huertos orgánicos son áreas donde sembramos alimentos del uso diario cerca del lugar donde se reside. Habitualmente se cultivan hortalizas, farináceos, especias, plantas aromáticas y medicinales y hasta árboles frutales y de nueces; en el espacio permitido. Estos cultivos se realizan de manera orgánica sin el uso de fertilizantes ni pesticidas químicos que afectan la salud del humano y la del planeta”. (Plenitud, 2018, p.2).

## **Huertos**

Se dice del espacio específicamente diseñado para el cultivo de vegetales y hortalizas de distintos tipos, siendo este muy variado e innovador especialmente plantados y cultivados en espacios creados, protegidos y controlados por el ser humano, en muchos casos puede necesitar hallarse en espacios ventilados pero

cerrados representando una conexión entre el individuo y el ámbito natural  
(DefiniciónABC, 2020)

### **Huerto Familiar**

Según el Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas, (1989) en su texto indica: “es un sistema integrado de producción, el cual combina las funciones físicas, económicas y sociales; generalmente, se encuentra ubicado en un área cerca de la vivienda, la cual permiten a la familia consumir su propia producción, lo que significa un ahorro significativo, con relación a su adquisición en el mercado, adicional se puede generar ingresos por la venta de productos excedentes”.  
(Rodríguez & Díaz R, 1989)

### **Huertos caseros**

“La creación de un huerto casero constituye en una fuente abastecedora de alimentos sanos y nutritivos para el consumo de la familia, su importancia es relevante y primordial pues de ellos depende para su subsistencia, donde se cultivan plantas aromáticas y medicinales, estos cultivos se los realiza sin utilizar fertilizantes ni pesticidas químicos que afectan la salud del humano y la del planeta” (Plenitud, 2018, p.2)

La revista Letras verdes N.- 4 (2009) menciona que:

La agricultura orgánica surge desde una concepción integral, en la que se involucran elementos técnicos, sociales, económicos y agroecológicos. No se trata de la mera sustitución del modelo productivo o de insumos de síntesis artificial por insumos naturales. La agricultura orgánica es una opción integral de desarrollo,

capaz de consolidar la producción de alimentos saludables altamente competitivos y crecientes (Catie, 2003)

### **Producción**

La producción de cultivos transitorios u hortalizas es indispensable para una dieta balanceada, la cual debe proporcionar al cuerpo diversos nutrientes, energía, vitaminas, minerales y antioxidantes, necesarios para proteger la salud, prevenir enfermedades y apoyar a la seguridad alimentaria (Ministerio de Salud, 2016)

### **Abonos orgánicos**

Un abono orgánico no solo es compostas, sino también de la elaboración de fermentaciones, en la que se descomponen aeróbicamente residuos orgánicos, por medio de población de microorganismos que existen en los mismos residuos, esta descomposición es controlada, y da como resultado un material parcialmente estable que continuará su ciclo de descomposición, pero más lentamente. (Félix Herrán, Sañudo Torres, & Rojo Martínez, 2008, p. 58)

### **Tipos de Abonos**

Según el Manual de Iniciación al Huerto, menciona que existen varios tipos de abonos, aunque algunos abonos son más exigentes que otros, conocer de qué los componen.

**Compost.** - producto natural que se obtiene después del proceso de compostaje de residuos orgánicos de origen vegetal o animal o de la mezcla de ambos.

**Humus de lombriz o vermicompost.** - es similar al compost con la diferencia de que el producto de compostaje ha sido realizado por lombrices. Es un producto de gran calidad que mejora las propiedades del suelo.

**Estiércoles.** - de caballo, de gallina, de oveja, de bovino... todos ellos son aptos para el huerto urbano siempre y cuando estén bien compostados. De lo contrario, pueden llegar a quemar las plantas como consecuencia de la elevada temperatura a la que se llega durante el proceso de descomposición (compostaje).

**Abonos con formulaciones especiales.** - responden a las necesidades específicas de algunas hortalizas, aromáticas y frutales para favorecer su floración y cuajado / engorde de frutos.

### **Agricultura Orgánica. -**

La agricultura orgánica según la normativa ecuatoriana es un “sistema holístico de gestión y producción que fomenta y mejora la salud del agro ecosistema y en particular, la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo”. (Flores, 2008 p. 14)

Según el Ministerio de Agricultura de Chile (2005), “el término agricultura orgánica describe sistemas alternativos de producción agrícola, y es considerado sinónimo de agricultura biológica, ecológica, o alternativa, aunque los cuatro términos enfatizan aspectos diferentes” (pág. 10). Núñez y Nava (s/f.) indicaron que:

“La Agricultura Orgánica, se desempeña por reducir y recuperar los costos de producción protegiendo la salud con una mejor calidad de vida y del medio

ambiente, usando técnicas compatibles con la realidad económica-climática del país. Siendo está una agricultura no de recetas sino concientización y amor del ser humano y la naturaleza, fortaleciéndose como una alternativa sustentable con aporte económico y productivo”. (Salazar Sosa, Vásquez Alarcón, & Ortiz Hernández, 2003, p. 20)

### **Otros tipos de Huertos**

A partir de la segunda guerra mundial, se dio esta experiencia en como implementar y usar los diferentes tipos de Huertos en la ciudad, para que sus alimentos puedan ser consumidos; los Huertos Urbanos, ofrecen muchos beneficios contribuyendo a la producción de diversos productos en espacios no utilizados. Siendo uno de ellos:

**Huertos intensivos:** Se refiere a los cultivos que se realizan sobre suelos con mejoras.

**Huertos Verticales:** es una técnica innovadora que nos permite cultivar en muros, de manera vertical las diferentes semillas y plantas, sean estas para decoración o de consumo adaptándose a cualquier área.

**Huertos en Azoteas:** en la actualidad estamos perdiendo áreas verdes que generan grandes impactos ambientales, siendo la infraestructura de los edificios y condominios familiares un aporte para la población. Teniendo un espacio en la azotea también conocido como techos ecológicos para cultivar y sin generar muchos gastos.

### **Modos de cultivar**

Según Socorro (2003), mencionó que existen varias formas de cultivar hortalizas, lo cual es conocido como horticultura orgánica, las cuales son:

**Organológicos:** utilizan sustancias mixtas compuestas (suelo, materia orgánica, depósitos sobre el suelo).

**Parcelas y patios:** diseños de huertos populares usados en las diferentes zonas con el propósito de integrar las demandas alimenticias y amigables con el medio ambiente

**Autoconsumo de fábricas y empresas:** se originan las buenas prácticas ambientales con el cultivo y el consumo para una alimentación saludable.

**Cultivos protegidos:** Son siembras de diferentes vegetales usando semilleros

**Agricultura del hogar:** se utilizan las buenas prácticas agrícolas y ambientales empleando diferentes estilos y materiales para su creación, aprovechando los pequeños espacios y los mejores escenarios climáticos como luz solar y riego.

La modalidad del cultivo Organológicos es mucho más eficiente debido a la gran acogida que tienen las hortalizas en observar los nutrientes, sin embargo, este tipo de cultivos no se puede realizar en nuestro proyecto debido a la falta de estos nutrientes específicos ya que aún no se comercializan dentro del país y su importación haría que el costo de la implementación de los huertos urbanos se eleve.

Los productos que vamos a cosechar en nuestros huertos caseros son escogidos por:

- Su factibilidad de siembra y cosecha en territorio costero.
- por ciclo de cultivo
- por el espacio utilizado dentro del huerto.
- por la diversificación de productos.
- por el factor nutritivo que genera en la sociedad.
- por la demanda y reducción de costos.

El presente proyecto de prefactibilidad, técnica económica y estratégica nos permite establecer viabilidad de desarrollar los huertos caseros, aprovechando el mercado sin competencia directa, para satisfacer las necesidades de esparcimiento personal y familiar de un público objetivo de nivel socioeconómico medio, debido a la crisis mundial que pasamos nos hace tomar conciencia e impulsarnos a cuidarnos y alimentarnos mejor.

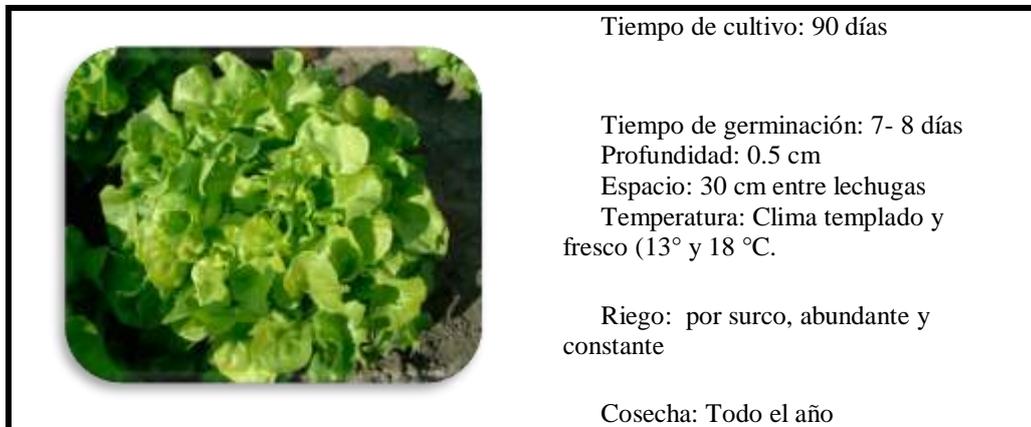
### **Tipos de cultivos**

Es una selección de los principales cultivos que se pueden desarrollar en una huerta familiar, a través de la teoría y práctica con una metodología descriptiva basada en: clima, suelo, época de siembra y cuidados del cultivo.

Entre los tipos de cultivos óptimos tenemos:

## Lechuga

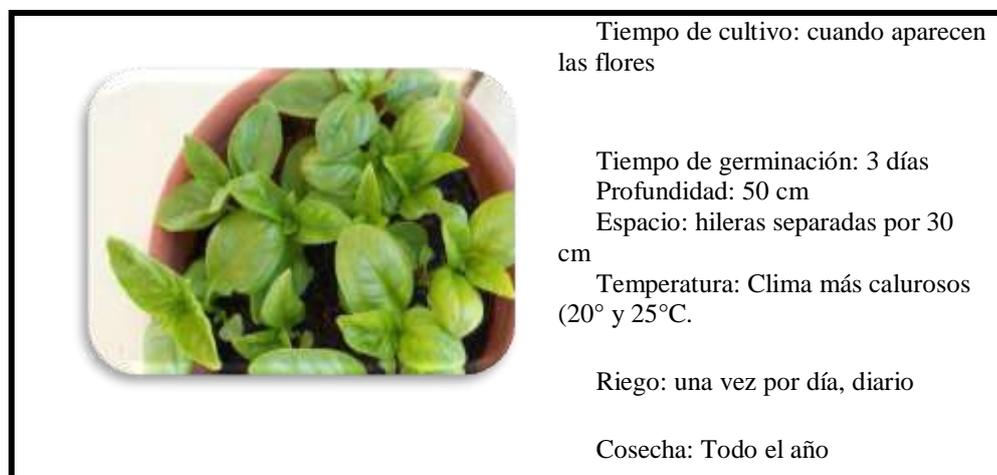
Se consume en ensaladas, acompañada con otras hortalizas, para rellenos o decoración de platos.



*Figura 2.* Lechuga

## Albahaca.

Es un repelente de insectos y enfermedades, inclusive para la huerta, siendo sus hojas un condimento muy utilizado para diversas, es muy sensible al clima cálido.



*Figura 3.* Albahaca

## Tomate

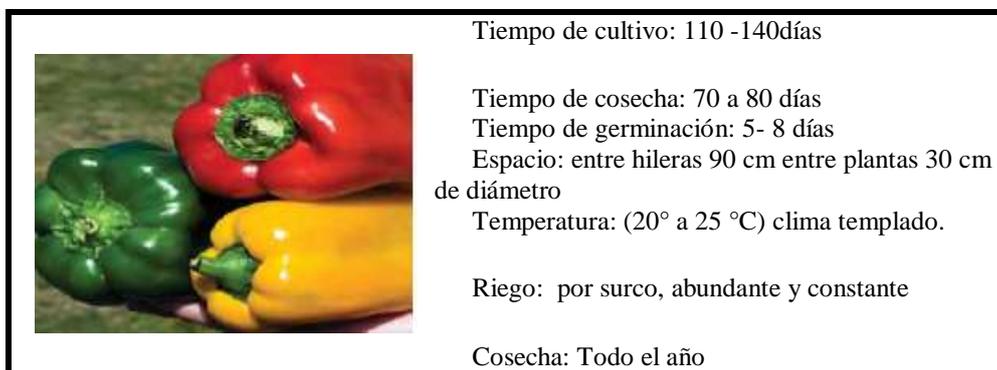
El tomate tiene cualidades nutricionales, siendo unos de los alimentos más consumidos de nuestra gastronomía, se destaca su consumo crudo, permitiendo aprovechar todos los nutrientes, pero igualmente se emplea hervido, salsas, conservas, dulces o zumos de tomate.

	<p>Tiempo de cultivo: 90 días</p> <p>Tiempo de cosecha: 150 días</p> <p>Tiempo de germinación: 5- 8 días</p> <p>Profundidad: a 1 cm en un tiesto de 30 cm de altura.</p> <p>Espacio: entre hileras 90 cm entre plantas 30 cm de diámetro</p> <p>Temperatura: Clima templado y fresco (28° y 30 °C).</p> <p>Riego: por surco, abundante y constante</p> <p>Cosecha: Todo el año</p>
--	--

*Figura 4.* Tomate

## Pimiento

Se consume crudo o cocido en diferentes preparaciones,



*Figura 5.* Pimiento

## Zanahoria

Hortaliza apreciada por su sabor agradable, se puede consumir cruda o cocida en diferentes preparaciones culinarias. Contiene Vitamina A, B, B1, B2 alto porcentaje de calcio, hierro, y fósforo.



*Figura 6.* Zanahoria

## Menta

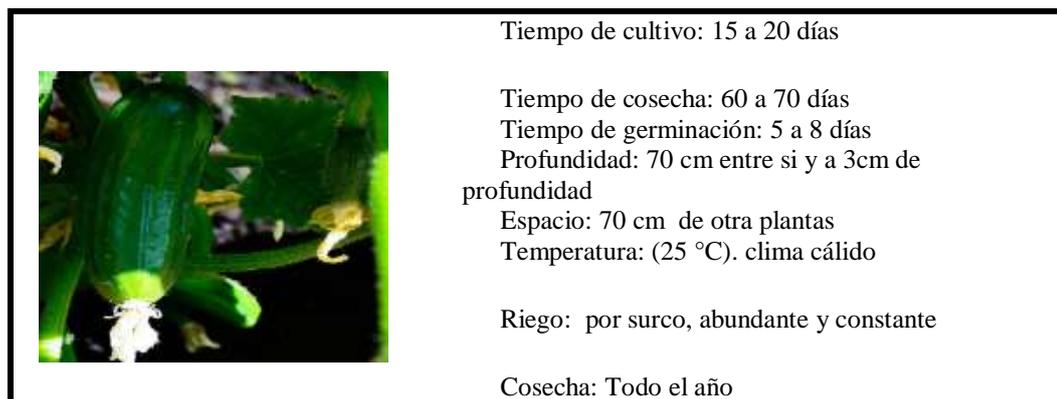
Es una hierba comestible, también se puede aromatizar y dar sabor e incluso se los usa en ritos religiosos



*Figura 7.* Menta

## Pepino

Se cultiva para consumo fresco y encurtido.



*Figura 8.* Pepino

## Rabanito

Sabor ligeramente picante, se aprovecha de la raíz y sus hojas tiernas en ensalada



*Figura 9.* Rabanito

## Cebollín

Son una variedad de cebollas sin bulbo disponibles todo el año, le da un toque muy sabroso.



*Figura 10.* Cebollín

### Consuelda

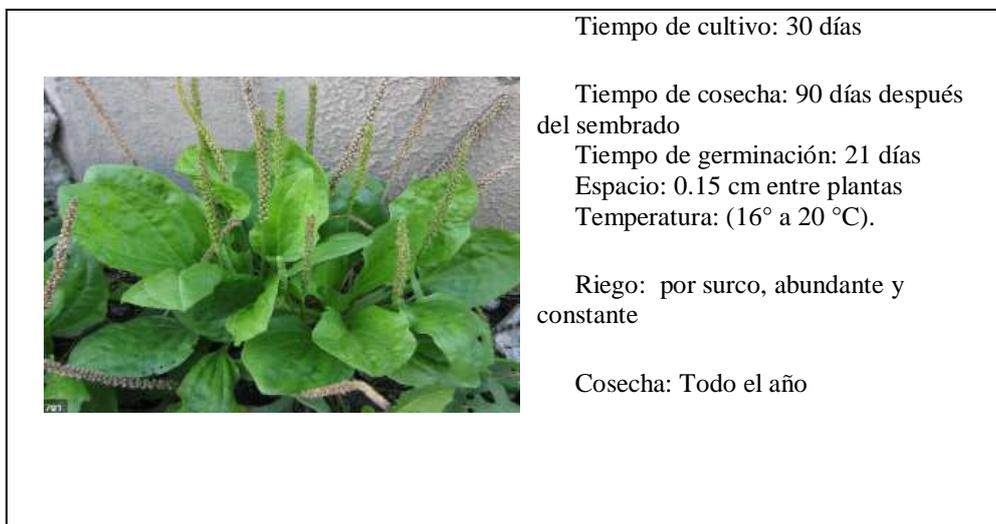
Es una hierba curativa A.C. se la usa para detener sangrados abundantes, tratar problemas bronquiales, curar heridas y huesos rotos, venas varicosas, llagas entre otros. Es una planta hermafrodita.



*Figura 11.* Consuelda

### Llantén

Tiene propiedades curativas como desinfectar los cortes o heridas, favorece la cicatrización, ayuda a las anomalías de la piel como dermatitis, llagas, pústulas, es antiinflamatoria.



*Figura 12.* Llantén

## Melón

Se consume como postre.

	<p>Tiempo de cultivo: directo</p> <p>Tiempo de cosecha: 90 a 100 días después del sembrado</p> <p><b>Profundidad: 1 a 1.50</b> cm entre plantas.</p> <p><b>Espacio:</b> 30 a 40 cm entre plantas</p> <p>Temperatura: (15 °C).</p> <p>Riego: por surco, abundante y constante</p> <p>Cosecha: Todo el año</p>
---	--

*Figura 13.* Melón

## Arándanos

Son pequeñas bayas de color azul oscuro o rojo dulzón de toque ácido tiene un alto contenido en antioxidantes los cuales combate el envejecimiento.

	<p>Tiempo de cultivo: directo</p> <p>Tiempo de cosecha: 90 a 100 días después del sembrado</p> <p><b>Profundidad: 1 a 1.50</b> cm entre plantas.</p> <p><b>Espacio:</b> 3 metros y entre 1.2 y 1.5 entre plantas</p> <p>Temperatura: (15 °C).</p> <p>Riego: por surco, abundante y constante</p> <p>Cosecha: Todo el año</p>
---	--

*Figura 14.* Arándanos

### **Requisitos para la construcción de una huerta orgánica.**

Es necesario revisar ciertos requisitos para la construcción teniendo en cuentas según el manual de huertos familiares:

**Espacio:** hay personas que tienen un espacio amplio para crear un huerto en plena tierra y otros disponen de un espacio reducido y recurren a macetas o diseños verticales.

Dependiendo de la superficie se podrá producir o la totalidad del consumo familiar y además de producir un excedente para la comercialización

**Material:** se necesita de algunos insumos para implementar un huerto.

Adicional a esto se debe considerar:

- Establecer los diferentes tipos de plantas, considerando las condiciones climáticas, especies, espacios entre plantas y los demás aspectos técnicos.
- Movimiento adecuado de los cultivos, para no desgastar la tierra
- Humus orgánicos que alimenten a la tierra
- De acuerdo a la necesidad de cada planta, ubicarla a la exposición del sol.
- Marcos perimetrales, protegiendo la siembra de agentes externos.
- Materiales y productos adecuados
- Propiedades, camas, macetas.

Tabla 2

*Material para el huerto***Materiales para el huerto****Implementación para las camas**

Pala recta de mango largo o azadón, Rastrillo, Trinche, Balde o Costal, Tablas de madera, Compost o humus de lombriz, Estacas y Piola

**Para la siembra/trasplante:**

Cuchillo de cocina, Paleta, Regadera casera, Tablas y clavos para los semilleros, Semillas y/o plántulas.

**Para el mantenimiento:**

Regadera o manguera para riego por goteo, llave de agua o tanques recolectores de agua, nebulizador de remedios caseros. Compost, humus de lombriz, té de compost/ estiércol

**Para la cosecha:**

Tijera, envases, sacos, ect

Fuente: Manual de huertos familiares orgánicos.

**Plan del Huerto**

Antes de implementar un huerto orgánico es necesario planificar su producción tomando en cuenta los requisitos para ponerlo en marcha como: planificación de siembra, tiempo estimado de producción y cosecha.

**Elección de hortalizas**

Sembrar hortalizas que son parte del consumo de las costumbres de la familia, revisando las condiciones atmosféricas que intervienen en el desarrollo de la planta, la luz, temperatura en donde sembrar.

**Asociación de hortalizas**

Para aprovechar el espacio de las camas, o verticales es preferible alternar hortalizas de raíz y hortalizas de hoja, fruta, tallo y leguminosas.

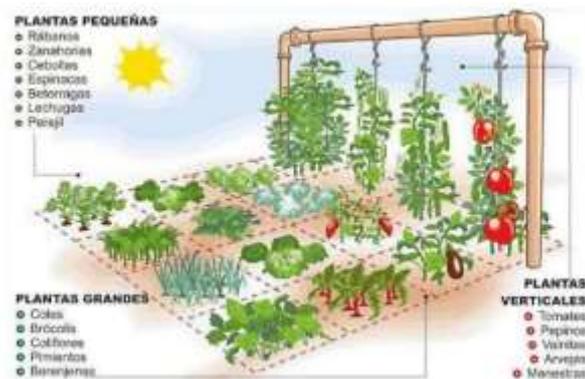


Figura 15. Ubicación de las plantas -Fuente: web huertos

### **Rotación de cultivos**

Es importante no sembrar en el mismo cultivo, en el mismo espacio de cosecha tras cosecha, si sembramos en el mismo lugar podemos crear una deficiencia de nutrientes. Otro beneficio de la rotación es reducir los problemas con enfermedades y plagas.

### **Distancias de Siembra**

Al momento de organizar la siembra hay que tomar en cuenta la distancia óptima entre plantas para el mejor crecimiento, si están cercas una de las otras va existir una competencia por el agua, la luz y los nutrientes, si están alejadas y no se aprovecha todo el espacio disponible.

## Manejo de hortalizas

Hortaliza	Siembra directo o semillero	Espacio entre plantas en semillero	Número de semanas en el semillero	Espacio entre plantas en cama (cm)	Semanas hasta la cosecha	Número de plantas por 1 m <sup>2</sup>	Clima	Sembrar en los bordes o a fuera de la cama por la extensión de la planta
Apio	Semillero	2.5 cm	4-6	15	12-16	62	Frio/Cálido	
Ajo	Directa	-	-	8	17-44	134	Frio/Cálido	
Acelga	Semillero	2.5	3-4	20	7-8	32	Frio	
Alcachofa	Por raíz: directa Por semilla: semillero	4.5	16-26	180	Perenne	-	Cálido	x
Aneja	Semillero	2.5	1-2	10	10-11	134	Frio	
Berenjena	Semillero	4.5	4-6	45	10-11	5	Cálido	
Brócoli	Semillero	4.5	4-6	37	8-9	8	Frio	
Calabaza / Zapallo	Semillero	4.5	3-4	37	11	8	Frio/Cálido	x
Camote	Semillero	4.5	4-6	23	13-34 (depende de la variedad)	24	Frio/Cálido	
Cebolla blanca	Semillero	1	8	10	14-17	134	Frio/Cálido	
Cebolla colorada	Semillero	1	8	10	14-17	134	Frio/Cálido	
Chucho	Directo	-	-	70	40		Frio	
Col	Semillero	4.5	4-6	37	9-16	8	Frio	
Coliflor	Semillero	4.5	4-6	37	8-12	8	Frio	
Culantro	Directo	-	-	2	5-16		Frio/Cálido	
Espinaca	Semillero	2.5	3-4	15	6-7	62	Frio/Cálido	
Frejol	Semillero	2.5	1-2	15	12	62	Frio/Cálido	
Habas	Semillero	2.5	2	20	17-43	32	Frio	
Lechuga (Hoja)	Semillero	3	2-3	22.5	6-12	24	Frio/Cálido	
Lechuga (Cabeza)	Semillero	3	2-3	30	11-13	16	Frio/Cálido	
Mashua	Directo	-	-	50	24-32	4	Frio	
Mel loco	Directo	-	-	50	22-35	4	Frio	
Melón	Semillero	4.5	3-4	37	12-17	8	Cálido	
Nabo	Semillero	2.5	2-3	10	5-10	134	Frio/Cálido	
Papa	Semillero	4.5	4-6	23	9-17		Frio	
Pepinillo	Semillero	4.5	2-4	30	7-10	16	Cálido	
Perejil	Semillero	4.5	6-8	12.5	10-13	83	Frio/Cálido	
Pimiento	Semillero	4.5	4-6	30	9-12	16	Cálido	
Rábano	Directa	-	-	4.5	3-9	584	Frio/Cálido	
Remolacha	Semillero	2.5	3-4	10	8-9	134	Frio/Cálido	
Romanesco	Semillero	4.5	4-6	37	8-12	84	Frio	
Sandia	Semillero	4.5	3-4	45	10-13	5	Frio/Cálido	x
Tomate	Semillero	4.5	3-4	50	8-13	4	Cálido	
Vainitas	Semillero	2.5	1-2	15	8-9	62	Frio/Cálido	
Zanahoria	Directa	-	-	7.5	9-11	250	Frio/Cálido	
Zucchini (calabacín)	Semillero	4.5	3-4	45	7-9	5	Frio/Cálido	x

Figura 16. Manejo de Hortalizas

Fuente: Manual técnico para mejorar la alimentación de las familias vulnerables

## **Diseño de los huertos orgánicos**

El diseño dependerá del espacio o terreno que se disponga para el mismo, aprovechando al máximo, la planificación de las siembras obteniendo beneficios en cada cosecha.

Entre los diseños en función de lo espacios que se disponga pueden ser:

- Horizontales: macetas colocadas una al lado de otra.
- Verticales: en diferentes pisos

Destacándose los huertos en:

- Parcelas: camas altas que se usan si el espacio es amplio
- Terrazas: macetas, pallets, botellas (material reciclado)

Beneficios de construir un huerto en casa:

Entre los beneficios tenemos:

- Fomenta el consumo responsable: proporcionando alimentos variados para toda la familia, durante todo el año o por varios meses.
- Mejora los ingresos con la comercialización de productos del huerto en el largo plazo.
- Mejora o mantiene el estado nutricional de toda la familia.
- Fortalece la integración familiar
- Permite una producción segura y sana de alimentos, contribuyendo al medio ambiente.

- Se fomenta la diversidad de cultivos de hortalizas leguminosas, medicinales.
- Es decir que creamos un ambiente sostenible no invasivo respetando la naturaleza obteniendo un equilibrio. Armonía entre ella y el ser humano.
- Económica por que la inversión es mínima y abastece a las familias debido a que se puede hacer los insumos de desecho orgánicos de casa y material de reciclaje

### **Costos de una huerta Orgánica**

Según la real academia de lengua (2012) el costo es el gasto que ocasiona algo. El costo de una licencia dependerá del precio alcanzado en la subasta.

Para la implementación de los huertos tenemos dos costos:

Costes fijos: pagos necesarios para la operación independientemente de los ingresos y gastos adquiridos.

Costes variables: incurren cada cierto tiempo entre ellos la tierra, semillas o plantas, mallas de protección, herramientas y otros.

Tomando en consideración las capacitaciones que se darán como un valor agregado.

### **Insumos, servicios y mano de obra directa:**

De los insumos que se utilizarán serán semillas orgánicas, herramientas y productos orgánicos, en la cual realizaremos capacitaciones, técnicas de cultivos así también como la comercialización de productos a menos costos siendo la mano de obra las familias, que estas producirán sus huertos; obteniendo un ingreso por su inversión, porque si bien es cierto los costos son pequeños frente a los beneficios que se obtienen.

### **Función social**

Tiene como finalidad la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) proteger al medio ambiente, promoviendo una vida saludable al favorecer la sostenibilidad económica. Para lo cual la Asociación de Productores Agroecológico (FECAOL) permite que este proyecto cuente con todos los conocimientos, proceso de siembra y cosecha en los huertos orgánicos y asesorías con la agricultura urbana, con el objetivo de producir sus productos naturales y libres de insecticidas.

### **Proyecto de Factibilidad**

Se entiende por factibilidad financiera al análisis y las posibilidades que tiene de lograrse en un determinado proyecto que se realiza en una empresa para establecer si el negocio que se plantea será bueno o malo, y cuáles serán las destrezas que se deben aplicar para que sea exitoso. (VARELA, 2010, p. 1).

Según los Objetivos del Estudio de Factibilidad (Virtual.itca.edu.sv, 2020)

se refiere a:

- Disponibilidad de recursos necesarios en tres aspectos: Operativo, Técnico, Económico.
- Recopilar datos relevantes del proyecto y tomar la mejor decisión para su desarrollo e implementación.
- Cubrir las metas con los recursos actuales para lograr los Objetivos.

Un estudio de factibilidad requiere ser presentado con todas las posibles ventajas para la empresa u organización, pero sin descuidar ninguno de los elementos necesarios para que el proyecto funcione.

Existen componentes básicos para la toma de decisiones en un proyecto en la cual debemos tomar en cuenta que es de vital importancia la figura de un financiero, inversor o analista, que nos permita tener un panorama más amplio en la toma de decisiones, verificando las variables controlables y no controlables que se planteen o que vayan a ser evaluadas.

La observación del entorno (demográfico, cultural, tecnológico) donde se sitúa la empresa y del proyecto que se va a implementar es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables.

El análisis financiero es una evaluación del desempeño histórico de una firma y un pronóstico de sus posibilidades futuras.

## Tipos de factibilidad

Para la aprobación de cualquier proyecto es preciso que se realice por, lo menos 3 factibilidades que condicionaran el éxito o el fracaso de la inversión.

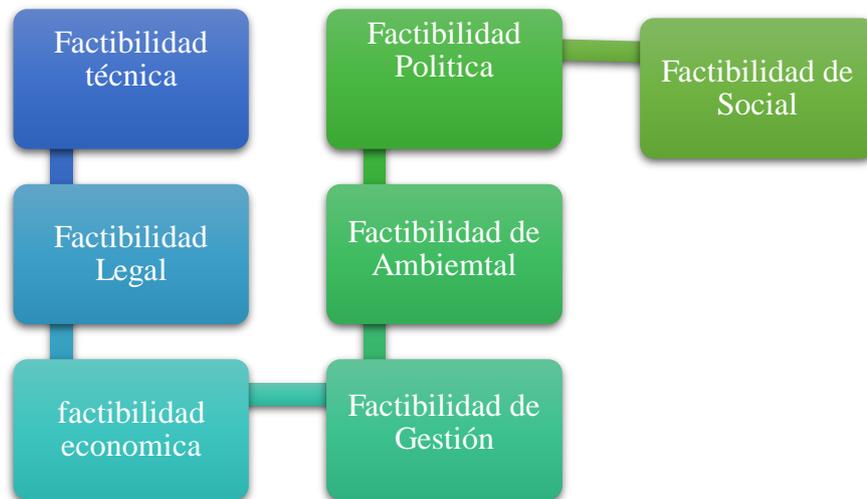


Figura 17. Factibilidad

**Factibilidad técnica:** determina si es posible física o materialmente hacer el proyecto. Inclusive se evalúa la capacidad técnica y motivación del personal involucrado

**Factibilidad legal:** determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.

**Factibilidad económica:** determina la rentabilidad de la inversión de un proyecto.

**Factibilidad de gestión:** determina si existe las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr una implementación y eficiente administración del negocio.

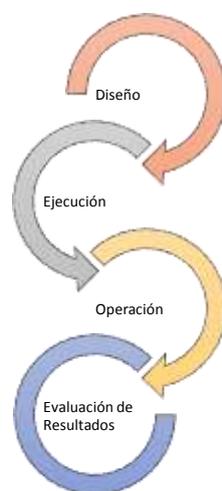
**Factibilidad ambiental:** determina el impacto sobre el ambiente

**Factibilidad política:** corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto independiente de su rentabilidad.

**Factibilidad social:** se establece los beneficios que la ejecución del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de di nivel de vida.

### Etapas de factibilidad

Es el nivel más profundo ya que en el tenemos la información recolectada. La factibilidad está enfocada al análisis de alternativas más atractivas para la prefactibilidad del proyecto



*Figura 18.* Etapas de Factibilidad

### **Etapas de Diseño**

Está orientado a verificar la pertinencia, viabilidad y conveniencia del proyecto antes de asignarle los recursos necesarios. Entre los cuales se debe verificar tres aspectos

- Que el proyecto sea una buena solución al problema planteado.
- Que la alternativa seleccionada sea más conveniente que las desechadas y que no hay alternativa mejor.
- Que el proyecto demuestre estándares técnicos e indicadores de rentabilidad eficientes respecto al proyecto.

El análisis de estas etapas caracterizadas por viabilidad técnica, económica, financiera, administrativa e institucional.

### **Ejecución**

Este corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializará todas las inversiones previas a su puesta en marcha.

### **Operación**

Es donde la inversión se cristaliza, dando paso a la generación del producto orientado a la satisfacción

### **Evaluación de resultados**

Es la acción o la respuesta a un problema, después de un tiempo.

- La evaluación de resultados tiene la capacidad de evaluar el impacto real del proyecto.

- Enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar

### **Proyectos de prefactibilidad**

“Es el análisis en la etapa de preapertura de un proyecto, nos indica que lo que nos estamos planteando, tendrá éxito o fracaso para continuar con los procesos posteriores de darnos luz verde, podremos continuar con la factibilidad como fundamento de los datos obtenidos por varias evaluaciones. Un estudio de prefactibilidad generalmente no proporcionará una respuesta directa sobre cómo garantizar la deuda y el capital necesario para ejecutar el proyecto”. (Corvo, 2019)

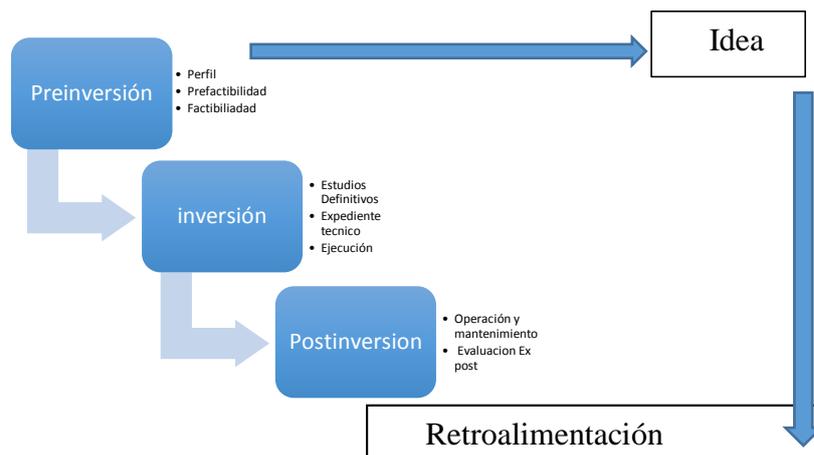
Según (Marcial, 2011) la investigación de las fuentes primarias y secundarias antes del proyecto se establece un estudio del mercado verificando los costes, rentabilidad, tecnología que llevará a cabo el proyecto.

El aspecto que se deben considerar en la prefactibilidad es:

- Antecedentes del proyecto
- Mercado y comercialización
- Aspectos técnicos: disponibilidad de materias primas, la localización del proyecto y de la tecnología.
- Aspectos financieros: se estudia el ingreso e egresos
- Evaluación del proyecto: es imprescindible el análisis financiero y social del proyecto.
- Aspectos organizativos: es donde se analizará los niveles jerárquicos que tendrá la futura empresa, socios y entidades que la componen.

En este aspecto lo que queremos verificar la viabilidad del proyecto con la información obtenida, con el propósito de buscar la alternativa más óptima profundizando los estudios ya mencionados: legal, administrativo, socioeconómico.

### Etapas de prefactibilidad. -



*Figura 19.* Etapas de Prefactibilidad

La etapa puede definirse así:

#### **Pre inversión:**

Su objetivo es identificar, concretar y evaluar la inversión del proyecto y determinar cómo obtener mayor ganancia, estableciendo investigaciones que permitan reducir los costos obteniendo un beneficio a las necesidades requeridas.

**Idea:**

En esta etapa se identifica el problema o la necesidad que se va a satisfacer y se identifican las alternativas básicas mediante el cual se identificar el problema

**Inversión**

Implementación del proyecto con la compra necesaria de los insumos, maquinarias, selección administrativa.

**2.2 Marco Conceptual****Suelo:**

Corteza terrestre, compuesta por residuos de roca derivados de procesos erosivos y otras alteraciones físicas y químicas, así como de materia orgánica fruto del movimiento biológico que se despliega en la superficie, siendo la porción más visible del planeta tierra, tratándose una superficie variada y multiforme, siendo un escenario de difíciles procesos químicos y físicos, compuesto por ingredientes sólidos, líquidos y gaseosos. (<https://concepto.de/suelo/>, s.f.)

**Abono Orgánico:**

Es un material resultante de la descomposición natural de la materia orgánica por acción de los microorganismos presentes en el medio, los cuales digieren los materiales, transformándolos en otros benéficos que aportan nutrientes al suelo y, por tanto, a las plantas que crecen en él, es un proceso controlado y acelerado de descomposición de los residuos, que puede ser aeróbico o anaerobio, dando lugar a

un producto estable de alto valor como mejorador del suelo. (Ministerio de Educación Superior, 2014, pág. 53)

### **Nitrógeno:**

Elemento con mucha movilidad en el suelo y resulta clave tanto por su importancia en la nutrición de las plantas, como por los riesgos de contaminación que su aportación inadecuada puede provocar en el medio ambiente.

El Nitrógeno (N) es un componente esencial de todas las estructuras vivas como las proteínas, el ADN, el ARN, las hormonas, las enzimas y las vitaminas. Se presenta tanto en formas orgánicas como inorgánicas y en muchos estados de oxidación diferentes. Sus formas disponibles difieren dependiendo del organismo específico. (Rodríguez Eugenio, Michael, & Pennock, Nitrógeno y Fósforo, 2019, p.20)

### **Fósforo:**

El fósforo (P) es uno de los principales macronutrientes para todos los organismos vivos. Forma parte de las moléculas biológicas como el ADN y el ARN, y se usa para transportar energía celular vía el trifosfato de adenosina (ATP). (Rodríguez Eugenio, Michael, & Daniel, Nitrógeno y Fósforo, 2019, p. 21).

### **Potasio:**

“Es un mineral desde el punto de vista nutritivo, esencial para los vegetales que necesitan en grandes cantidades y que se lo puede encontrar en todos sus órganos movilizándose en una parte a otra de la planta. Cumpliendo un papel

importante en la activación de enzimas que actúan en diversos procesos metabólicos, en el balance del agua y crecimiento, favoreciendo el proceso de crecimiento vegetativo, la fructificación, la maduración y la calidad de los frutos”. (Conti, 2000)

### **Siembras:**

Siembra es la acción y efecto de sembrar (arrojar y esparcir semillas en la tierra que está preparada para tal fin, o hacer algo que dará fruto). El término siembra también se utiliza para hacer referencia al tiempo en que se siembra y a la tierra sembrada. (Pérez Porto & Merino, 2010).

### **2.3 Marco Ambiental**

Dimensiones de la Seguridad Alimentaria extraído de la Conferencia Internacional sobre Agricultura Orgánica y Seguridad Alimentaria Roma, 03 -05 de mayo 2007, menciona lo siguiente:

1. Disponibilidad de Alimentos. -La existencia de cantidades suficientes de alimentos de calidad adecuada, suministrados a través de la producción del país o de importaciones.

Está comprendida como la ayuda alimentaria necesaria.

2. Acceso a los alimentos. -Acceso de las personas a los recursos adecuados (recursos a los que se tiene derecho) para adquirir alimentos apropiados y una alimentación nutritiva. Estos derechos se definen como el conjunto de todos los grupos de productos sobre los cuales una persona puede tener dominio en virtud de acuerdos jurídicos, políticos, económicos y sociales de la comunidad en que vive (comprendidos los derechos tradicionales, como el acceso a los recursos colectivos).

3. Utilización. -Utilización biológica de los alimentos a través de una alimentación adecuada, agua potable, sanidad y atención médica, para logra un estado de bienestar nutricional en el que se satisfagan todas las necesidades fisiológicas. Este concepto pone de relieve la importancia de los insumos no alimentarios en la seguridad alimentaria.

4. Estabilidad. - Para tener seguridad alimentaria, una población, un hogar o una persona deben tener acceso a alimentos adecuados en todo momento. No deben correr el riesgo de quedarse sin acceso a los alimentos a consecuencia de crisis repentinas (por ej., una crisis económica o climática) ni de acontecimientos cíclicos (como la inseguridad alimentaria estacional). De esta manera, el concepto de estabilidad se refiere tanto a la dimensión de la disponibilidad como a la del acceso de la seguridad alimentaria.

## **2.4 Variables**

### **2.4.1 Variable independiente: Proyecto de prefactibilidad**

El proyecto de prefactibilidad es el análisis en la cual determina las propuestas de fuentes de financiamiento sobre las variables implementadas dentro del proyecto, tal como la demanda y oferta, la tecnología, rentabilidad económica y social y el impacto ambiental. En el cual se efectúa una investigación en fuentes primarias y secundarias de datos, determinando los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto.

El estudio de prefactibilidad se establecen guías, planificación para obtener los resultados esperados por el organizador, hasta que nivel de detalle se quiere llegar para obtener los datos más acertados: “donde son las políticas para definir que el

proyecto es factible, y definir qué porcentaje de Utilidad se quiere obtener al finalizar el proyecto”. (Obregón Tinoco, 2015)

#### **2.4.2 Variable dependiente: Creación de microempresa**

Una microempresa se la determina como una sociedad de personas que, de forma organizada, aplica sus conocimientos y recursos siendo estos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la producción de productos y/o servicios que se proveen a consumidores, logrando un margen de ganancia para cubrir sus costes fijos variables y gastos de fabricación. (MONTEROS, 2005, p. 15)

## 2.5 Operacionalización de las Variables

Tabla 3

*Variable independiente: Proyecto de prefactibilidad*

Definición	Categoría	Indicador	Ítems	Técnicas
“El estudio de prefactibilidad debe establecer los parámetros y los resultados esperados por el promotor, hasta que nivel de detalle se quiere llegar para obtener los datos más acertados, cuáles son las políticas para definir que el proyecto es factible, y definir qué porcentaje de Utilidad se quiere obtener al finalizar el proyecto”. (Obregón Tinoco, 2015)	Estudio	Insumos	¿Qué valor económico va a llevar la inversión en activos de producción?	Análisis
	Técnico	Costos	¿Cuáles son los costos en la adquisición de la materia prima requerida?	Documental
	Estudio	Instalaciones	¿Cuáles son los valores estimados para la mano de trabajo tanto directa como indirecta y los gastos fijos de fabricación?	entrevista
	Financiero	VAN	¿Cuánto es el capital viable inicial?	
		TIR	¿El Flujo de caja incluyendo perpetuidad? ¿Es mayor o igual que cero el valor actual neto (VAN)?	
		PAYBACK	¿La tasa interna de retorno (TIR) es mayor que la tasa mínima esperada de retorno (TMAR)? ¿Cuánto será el periodo de recuperación de la inversión a valores fijos o descontados?	

Tabla 4

*Variable Dependiente: Creación de Microempresa*

<b>Definición</b>	<b>Categoría</b>	<b>Indicador</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnicas</b>
Una microempresa se la determina como una sociedad de personas que, de forma organizada, aplica sus conocimientos y recursos siendo estos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la producción de productos y/o servicios que se proveen a consumidores, logrando un margen de ganancia para cubrir sus costes fijos variables y gastos de fabricación. (MONTEROS, 2005, p. 15)	Estudio de Mercado	Producto / Servicio	¿Con que frecuencia comprar semilla o plantas para su hogar o Huerto?	Encuesta
		Control	¿Qué tan dispuesto está usted a pagar por el servicio de planificación y mantenimiento de un Huerto casero?	
		Plaza	¿En qué lugar de su hogar le gustaría tener un Huerto?	
		Promoción	¿Por qué medio de comunicación se entera de las empresas se entera de la planificación de Huertos caseros?	
	Competencia	¿Qué otros tipos de empresa acostumbra contratar para realizar su Huerto en casa?		
	Estudio Organizacional	Ejecución	¿Estaría dispuesto a contratar el servicio de venta, diseño y manteniendo casero la implementación de un Huerto Casero?	

## **2.6 Conclusión**

En este capítulo se analizó diversos aspectos, en el marco legal, marco ambiental estipulado en el LORSA, que garantice a los ciudadanos la autosuficiencia de alimentos saludables a través de los cultivos de los huertos urbanos, para cubrir los requerimientos de esparcimiento personal y familiar con valores de planificación sana.

Dicha investigación tiene su fundamento que esta plasmado dentro del marco conceptual, analizando las variables dependientes e independientes obteniendo la creación de este proyecto.

## Capítulo III

### 3 Marco Metodológico

#### 3.1 Plan de investigación

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad demostrar la importancia de tener un huerto en casa, por su alto valor al ser humano tanto como psíquico, moral y educativo.

Una buena investigación sirve para elaborar teorías y solucionar problemas, ya que alientan al investigador a trabajar sobre ella, en medida que la idea avance y estimule; esta coincidirá mas teniendo un mayor resultado organizando nuevas ideas investigativas. (Hernández Sampiere, Fernández, & Pilar Baptista, 1991)

Una vez realizado el planteamiento del problema, se debe definir su alcance, visualizando de manera práctica y concreta los objetivos fijados dentro del planteamiento establecido, donde se tomará las muestras para determinar la efectividad de la investigación realizada.

Se puede decir que una investigación es un proceso riguroso, cuidadoso y sistematizado en el que se busca resolver problemas. Es organizado y garantiza la producción de nuevos juicios lógicos o de alternativas de solución viables encaminadas a profundizar y producir crecimiento. Para hacer investigación es necesario definir un método que permita dirigir los procesos de manera adecuada y eficiente.

Investigar requiere conocer, analizar y definir los enfoques, los modelos y los diseños de investigación que podemos utilizar. Otero (2014) considera el

conocimiento, como una creación compartida entre la interacción del sujeto investigador y el objeto investigado produciendo así un nuevo paradigma.

### **Campo**

Este tipo de investigación consiste en recolectar datos directamente de los sujetos a investigar o de donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna, donde el investigador obtiene la información no alterando las condiciones existentes, estas se pueden realizar a nivel exploratorio, descriptivo y explicativo. (Arias, 2012, p. 31)

### **Bibliográfico**

Es aquella que utiliza textos (u otro tipo de material intelectual impreso o grabado) como fuentes primarias donde se obtienen y se recopilan datos de contenidos en libros y documentos que se centra, más bien, en la reflexión innovadora y crítica sobre determinados textos y los conceptos planteados en ellos. (Ocampo, 2017, p. 53 )

### **Científica**

Es aquel de carácter creativo que procura encontrar respuestas a problemas trascendentales mediante la construcción teórica del Objeto de exploración, o mediante la introducción, innovación o creación de tecnologías. (científicos, 1998) .

### **3.2 Tipos de investigación**

Es visualizar el alcance que tiene la investigación examinando su importancia para establecer los límites conceptuales y metodológicos los cuales se ajusten al proceso investigativo a realizarse.

#### **Experimental**

El diseño experimental se somete a un objeto en estudio a la influencia de ciertas variables, en condiciones controladas y conocidas por el investigador.

La Investigación experimental se trata de un experimento porque precisamente el investigador provoca una situación para introducir determinadas variables de estudio, donde estas pueden ser no comprobadas rigurosamente por el analista con el fin de describir de modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento en particular. (Obando, 2017)

#### **Explicativo**

Tiene como fundamento la prueba de hipótesis e indaga en las conclusiones llevando a la formulación o al contraste de leyes o principios científicos, analizando su causa y efecto de la congruencia entre variables. (Bernal C. A., 2010, p. 115)

#### **Descriptiva**

Se considera investigación descriptiva a la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto en la cual se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, cuyo

soporte se sustenta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. (Bernal C. A., 2010, pág. 113)

### **Correlacional**

Se identifica la relación o grado de agrupación que existe entre dos o más variables en un argumento, las cuales deciden responder a preguntas de investigación a fin de conocer la relación o grado de alianza que exista, su utilidad principal es saber cómo se puede permitir una variable al conocer el comportamiento de otras variables vinculas, y si están correlacionadas conociendo la magnitud de la asociación, teniendo como base, predecir con mayor o menor exactitud. (García I. L., 2011)

Los métodos seleccionados para el estudio del proyecto de prefactibilidad son indispensables para levantar información que permita manifestar los beneficios, causa y efectos de la problemática evaluando las variables utilizando el método de investigación mixta que nos permitirá observar, analizar y registrar datos en campo para obtener y satisfacer las necesidades de los clientes.

Adicional se aplicará el método descriptivo y correccional que nos permitirá evaluar de manera directa comportamientos, movimientos, teorías y documentales de diferentes autores o especialista en temas relacionado con la organización.

## Cuantitativo

Dicho enfoque se concentra en las mediciones numéricas, utilizando la observación del proceso de forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder las preguntas de medición de investigación, utilizando un análisis estadístico partiendo de la recolección, la medición de parámetros.

Este enfoque cuantitativo trabaja sobre la base de una revisión de literatura que apunta al tema y da como conclusión un marco teórico orientado a la investigación recolectando datos que derivan las hipótesis que serán sometidas a prueba para probar la veracidad del estudio si estas aportan evidencia en su favor, si se refutan, se descartan en busca de mejores explicaciones y nuevas hipótesis



*Figura 20.* La Investigación Científica Cuantitativa

Fuente: (Fernández, Hernández, & Batista, Metodología de la Investigación 5ta edición, 2010)

El fin de este enfoque ofrece posibilidades de divulgar ampliamente los resultados obtenidos en cada proceso investigativo, para lo cual el equipo investigador debe diseñar instrumentos que le permita medir los datos de la muestra, estos en algunos casos pueden ser a través de análisis estadísticos, como la aplicación de entrevistas

abiertas, encuesta. Toda investigación debe ser planificada en su proceso. (Ortega A. O., 2018)

### **Cualitativo**

Se basa en estudiar la realidad en su contexto natural y tal como sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con los objetivos implicados, considerando dimensiones fundamentales en su proceso de aplicación a los diferentes tipos de estudios, ya que es un proceso sistemático, activo y riguroso de indagación dirigida, se refiere a los enfoques visto desde el tipo de investigación a realizar, el origen de los saber que lo relacionan, la recopilación de datos, el análisis de los mismos y la forma de narrar los hechos encontrados .

El enfoque cualitativo puede ser visto a través de diferentes momentos operacionales. Un primer momento considerado como de reflexión en donde todos los participantes del estudio exponen los diversos elementos que abordan el interés de la investigación. Este hecho facilita la construcción del problema de investigación cualitativa, en segundo momento de análisis a partir de la revisión de la literatura relacionada con la idea de investigación lo que facilita la construcción de la conceptualización teórica que soporta el proceso de investigación.

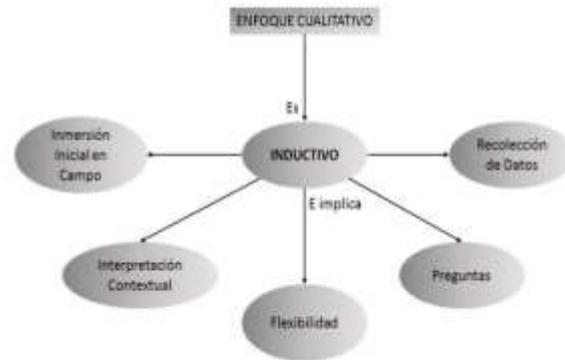


Figura 21. La Investigación Científica Cualitativa

Fuentes: (Fernández, Hernández, & Baptista, Metodología de la investigación 5ta edición, 2010)

### **Mixto**

Es un punto de vista que surge a partir de los enfoques cuantitativos y cualitativos. Surgiendo de la necesidad de incluir ambos enfoques con la finalidad de tener una visión diferente al tratamiento de la investigación realizada, la investigación Mixta no tiene como meta reemplazar la investigación cuantitativa ni la investigación cualitativa, sino mejorar ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.

El método de este enfoque mixto busca responder a un problema de investigación desde un diseño concurrente, secuencial, de conversión o de integración según sea los logros planteados, el proceso de investigación mixta implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que se haya considerado para la investigación.

Se caracteriza porque favorece una perspectiva amplia y profunda de lo que se estudia, así mismo permite al investigador plantear el problema con claridad y

formular objetivos apropiados para el estudio junto a una conceptualización teórica que se investiga. (Ortega A. O., 2018) .

El tipo de investigación que se utiliza en el presente proyecto es mixto ya que es un diseño en donde es la combinación, análisis e interpretación de datos cuantitativos y cualitativos lo que permite obtener mejores resultados.

### **3.3 Fuentes y Técnicas e instrumentos de investigación**

Se llama técnicas de investigación a los procesos e instrumentos que se utilizan al iniciar el estudio de un fenómeno determinado, la cual nos permite recopilar, examinar y exponer la información, de esta forma se logra el principal objetivo de toda investigación, que es adquirir nuevos conocimientos. La elección de la técnica de investigación más adecuada depende del problema que se desea resolver y de los objetivos planteados, motivo por el cual esta elección resulta ser un punto fundamental en todos los procesos investigativos.

En una investigación, la recolección de datos es un proceso estrechamente relacionado con el análisis de los mismos sin embargo cada tipo de investigación requiere de técnicas apropiadas a utilizar y cada técnica establece su propio instrumento, herramientas o medios a emplear; existen varias técnicas e instrumentos que le permiten al investigador recolectar datos de una muestra acerca del problema de la investigación y de la hipótesis de trabajo.

Son procedimientos específicos que se utilizan en determinadas áreas de la ciencia para la obtención de datos. Las técnicas de investigación se engloban dentro de un método, así, por ejemplo, el método de encuestas comprende técnicas como la entrevista, la observación participativa, etc. Las técnicas de investigación suelen

llamarse técnicas de recolección de datos, estos pueden ser directas o indirectas como las entrevistas y las observaciones. (Sánchez Carlessi, Reyes Romero, & Mejía Sáenz, 2018, pág. 120)

### **Entrevista**

Consiste en que el investigador hable con una persona para obtener comentarios honestos en aspectos como precio del producto, diseño, publicidad, las entrevistas son una herramienta de investigación efectiva para las empresas que buscan obtener información más cualitativa, como opiniones sobre temas delicados que los encuestados pueden no sentirse cómodos para discutir.

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un dialogo, es muy ventajosa principalmente en los estudios descriptivos y en las fases de exploración, así como para diseñar instrumentos de recolección de datos.

**Entrevistas estructuradas o enfocadas:** las preguntas se fijan de antemano, con un determinado orden y contiene un conjunto de categorías u opciones para que el sujeto elija. Se aplica en forma rígida a todos los sujetos del estudio. Tiene la ventaja de la sistematización, la cual facilita la clasificación y análisis, asimismo, presenta una alta objetividad y confiabilidad. Su desventaja es la falta de flexibilidad que conlleva la falta de adaptación al sujeto que se entrevista y una menor profundidad en el análisis.

**Entrevistas semiestructuradas:** presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos.

**Entrevistas no estructuradas:** son más informales, más flexibles y se planean de manera tal, que pueden adaptarse a los sujetos y a las condiciones. Los sujetos tienen la libertad de ir más allá de las preguntas y pueden desviarse del plan original. Su desventaja es que puede presentar lagunas de la información necesaria en la investigación. (Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, Ruíz, & Margarita, 2013)

### **Encuestas**

Es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos, a través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos. En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede.

Se enmarca en los diseños no experimentales de investigación empírica propios de la estrategia cuantitativa, ya que permite estructurar y cuantificar los datos encontrados y generalizar los resultados a toda la población estudiada. La encuesta se basa en el hecho de que no se define ninguna variable independiente, sino que se pretende recoger información exclusivamente sobre las variables dependientes.

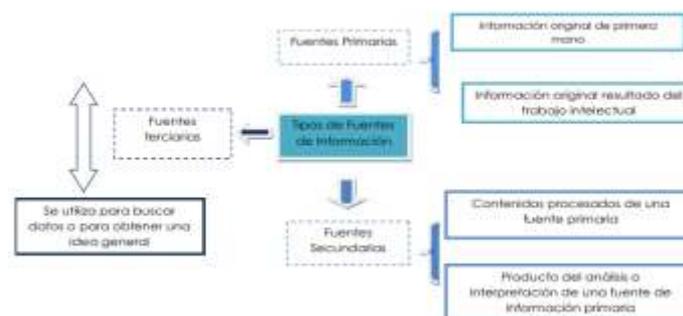
Dichas variables dependientes corresponden a los aspectos y temas de interés que se pretenden estudiar, y que se definen en el marco teórico de cada encuesta. (Kuznik, Hurtado Albir, & Espinal Berenguer, 2010).

## Cuestionario

Consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, su finalidad es ordenar la información acerca de la población con la que se investiga, siendo las variables el centro de investigación o evaluación donde se aplica las técnicas metodológicas como estar plenamente convencido de que las preguntas se pueden formular con la claridad suficiente para que funcionen en la interacción personal que supone el cuestionario y dar todos los pasos posibles para maximizar la probabilidad de que el sujeto conteste y devuelva las preguntas que observa el evaluador y el investigador. (García Muñoz, 1981).

### 3.4 Fuentes de Investigación

Las Fuentes de información o investigación tienen como fin comprobar o examinar la verdad de algo facilitando la localización de hechos, este sea en entorno físico o de una situación. Para lo cual se divide en tres fuentes:



*Figura 22.* Fuentes de Investigación Fuentes: (Rivera, 2015)

**Fuentes Primarias.** - según (González G. , 2020) estas contienen información original de un documento escrito, testimonio, grabaciones o un archivo multimedia que no ha sido revisado, traducido o reestructurado y son publicados en su idioma original, no son frecuentemente utilizadas.

**Fuentes Secundarias.** – su desarrollo se basa en criterios fundamentalmente metodológicos y experimentales que menciona a los estudios cuantitativos y cualitativos, a fin de dar un resultado a un problema, a modo de síntesis abordando desde la investigación primaria con el objetivo de identificar el tema requerido, resumiéndolo o sintetizándolo. (Jaen, s.f.)

**Fuentes Terciarias.** - corresponde a las guías físicas o virtuales que contienen información sobre las fuentes secundarias. Forman parte de la colección de referencia de la biblioteca las cuales facilitan el control y el acceso a toda gama de repertorios de referencia, como las guías de obras de referencia o a un solo tipo, como las bibliografías. (Espinoza Freire & Toscano Ruíz, 2015, pág. 74)

### **3.4.1 Población**

“La población es el conjunto de todos los elementos de la misma especie que presentan una característica determinada o que corresponden a una misma definición y a cuyos elementos se le estudiarán sus característica y relaciones”. (González H. D., 2016)

Es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye las unidades de análisis o entidades de población que se cuantifican para establecer un estudio integral de un

conjunto de características denominada población para obtener la totalidad del estudio de investigación. (Tamayo, 2003, pág. 176)

### **Universo**

Es un estudio donde se toma la totalidad de la población y, por ello, no es necesario realizar un muestro para el estudio o investigación que se proyecta. Cuando esto ocurre se dice que se ha investigado en universo. No todas las investigaciones se pueden hacer a partir de un universo, además, tampoco es necesario. (Tamayo, 2003, pág. 176)

### **Población infinita**

Es cuando teóricamente imposible, ya que se necesita tiempo y recursos, observar todos los elementos, aunque la población sea excesivamente grande no existe una población infinita de objetos físicos, es decir que no se puede enumerar en un tiempo razonable. (Rabolini, 2009)

### **Población finita**

Cuando la población tiene un tamaño establecido y limitado, esto es, existe un número denota por  $N$  que indica cuantos elementos conforman la población. (Rabolini, 2009).

#### **3.4.2 Cálculo de población**

Guayaquil, se una de las provincias más grande y más habitad del país, ubicada en Ecuador, teniendo grandes avances en tecnología, construcciones y muy poco agrícola, teniendo su esencia el área comercial.

Según los indicadores por el Banco Mundial en el Ecuador cuenta 17.373.662 de habitantes hasta el año 2019 en el Ecuador esta información la proporciona el (INEC), Instituto de Estadística y Censos sobre la población y Vivienda del 2010 proporcionando información de los habitantes de la provincia del Guayas siendo estos 3.645.483 habitantes en la provincia del Guayas y 2.350.915 en el cantón Guayaquil (INEC, 2010).

La unidad de estudio será: la creación de huertos caseros o urbanos que se lo ejecuta desde 2010, que tuvo su inicio en Bolívar, Chimborazo y Cotopaxi, y ahora se lo implementa en Guayas.

Por tener una población con un universo grande se procederá a utilizar una población finita que nos permitirá obtener una población limitada para este estudio.

Tabla 5

*Censo*

<b>Datos</b>	<b>Población</b>
Cantón Guayaquil, Parroquia Tarqui	2,350.915
Viviendas, Ciudadela las Orquídeas	1,943.213
Población Económicamente Inactiva (PEI)	1,412.597
Población Económicamente Activa (PEA)	1,510.312

Se determinó que, en la ciudad de Guayaquil, tiene el perfil socioeconómico para el producto a comercializar, tomando en cuenta que hay un total de 2.350,915 habitantes con estrato económico medio, medio alto, alto.

Según el indicador del (INEC, 2010), cada familia está formada por 3.80% personas, el análisis se da a una estimación de 618,662 familias que serán nuestro mercado potencial.

Población de la investigación: 618662 familias

### **3.5 Muestra**

La muestra descansa en el principio de que las partes representan el todo y por tanto refleja las características que definen la población de la cual fue extraída, lo cual nos indica que es representativa. Es decir, que para hacer una generalización exacta de una población es necesaria una muestra totalmente representativa y, por lo tanto, la validez de la generalización depende de la validez y tamaño de la muestra. (Tamayo, El proceso de la Investigación Científica , 2003, pág. 176).

#### **3.5.1 Tipos de muestra**

La muestra es el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en la totalidad de una población, universo o colectivo, partiendo de la observación de una fracción de población considerada, para lo cual se clasifica de la siguiente manera:

**Muestreo Aleatorio simple o al azar.** - es el más común para obtener una muestra representativa es la selección al azar –aleatoria-, es decir, que un individuo de la población tiene la posibilidad de ser elegido. Si este requisito no cumple la muestra no es verídica, por lo que si cada uno de los elementos de la población no tiene la misma posibilidad de ser elegido se habla entonces de una muestra viciada. Para estar seguro de que la muestra al azar no ha sido alterada, debe utilizarse su

estructura una lista de números aleatorios. El muestreo al azar o aleatorio simple es la base fundamental del muestreo probabilístico.

**Muestreo estratificado.** - es cuando los elementos de la muestra son proporcionales a su presencia en la población. La presencia de un elemento en un estrato excluye su presencia en otro; es un requisito del muestreo estratificado. En la muestra estratificada la representación de los elementos en los estratos es proporcional a su representación en la población, para lo cual se divide la población en varios grupos o estatus con el fin de dar representatividad a los distintos factores que integran el universo o población del estudio; la condición de la estratificación es la presencia en cada estrato de las características que conforman la población.

(Tamayo, 2003, págs. 177-178)

### 3.5.2 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra es fundamental tanto en la pertinencia del método de inferencia estadístico que se utilice como en el grado de impacto que se logre en sus resultados.

Para (Cohen, 2015) El tamaño depende del Objetivo de la investigación, de la naturaleza de la población que se estudia, el nivel de exactitud requerido, el número de variables incluidas en la búsqueda, el tipo de investigación, entre otros aspectos a tener en cuenta.

Tabla 6

*Tamaño de Población*

<b>N</b>	<b>Tamaño de población o Universo: 618622</b>
<b>Z</b>	Parámetro estadístico Nivel de confianza 95% : 1,96
<b>P</b>	probabilidad de que el evento ocurra 50%
<b>Q</b>	probabilidad de que el evento no ocurra 50%
<b>e</b>	estimación de error aceptación 5%
<b>n</b>	Tamaño de muestra aceptada

### 3.5.3 Cálculo de la muestra

Tabla 7

*Cálculo de la muestra*

Parámetro	Valor
N	618622
Z	1.96
P	0.50
Q	0.50
e	0.05

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Tamaño de la Muestra

n = 360

### **3.6 Conclusión**

El propósito de este capítulo es “establecer los fundamentos para desarrollar opciones de solución al factor que se estudia, con el fin de introducir las medidas de mejoramiento en las mejores condiciones posibles”. (Benjamín Franklin, 1998)

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad conocer la población del Cantón Guayaquil, implementando la encuesta que se realizará a las 350 familias con apoyo tecnológico de los formularios de google forms, mismas que nos permitirá levantar información a través de las encuestas, con un banco de preguntas.

Las 10 entrevistas, estuvieron dirigidas a propietarios de Huertos, viveros y proveedores de insumos (semillas), por conocer con más amplitud el mercado, esta información que nos proporcionaron, nos permite realizar un compendio de gran relevancia para realizar nuestro proyecto y sea viable en su totalidad.

Una vez desarrollado el presente capítulo llegaremos a la conclusión del “estudio de los resultados planteados a través de la teoría expuesta siendo el soporte de los datos obtenidos y recopilados que significan un aporte importante a la investigación”. (<https://conceptodefinicion.de/analisis/>, 2020).

## **Capítulo IV**

### **4 Formulación del proyecto**

#### **4.1 Análisis e Interpretación de resultados**

##### **Investigación de Mercado encuestas a consumidores**

El presente proyecto se estableció con fines específicos, los cuales se han ido desarrollando a medida que se presentaban inquietudes, observando y proyectándonos la situación futura de la empresa Ginbre, con la finalidad de satisfacer a nuestros clientes y de esa manera identificar el segmento de mercado.

Permitiéndonos estudiar la competencia que se nos presente para poder reducir posibles debilidades y potenciar nuestras fortalezas teniendo una mejor comercialización e incremento en ventas; como materia prima, proveedores, factores promocionales, costo de fabricación entre otros aspectos.

Teniendo una información mucho más clara y precisa de lo que se desea llevar a la venta y desarrollarlo conforme se presente la investigación, coordinando valores y ventas directas con el público en general.

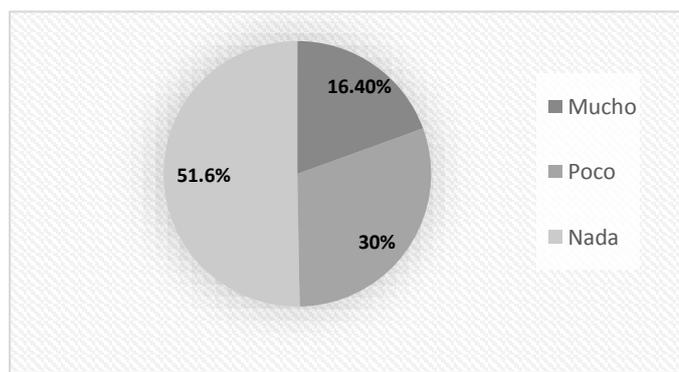
La presente encuesta tiene como finalidad determinar la viabilidad financiera en la creación de la microempresa de asesoría y venta de huertos caseros y semillas en el cantón Guayaquil tomando en consideración las edades comprendidas desde los 18 años hasta los 50 años de edad.

**Pregunta #1.- ¿Conoce usted el tiempo y proceso que lleva acabo un Huerto?**

Tabla 8

*Conoce el tiempo y proceso que lleva acabo un Huerto*

Parámetros	Nro. de funcionarios	Porcentajes
<b>Mucho</b>	70	16.4%
<b>Poco</b>	109	29%
<b>Nada</b>	181	51.6%
<b>Total</b>	360	100%



*Figura 23.* Conoce usted el tiempo y proceso que lleva acabo un Huerto

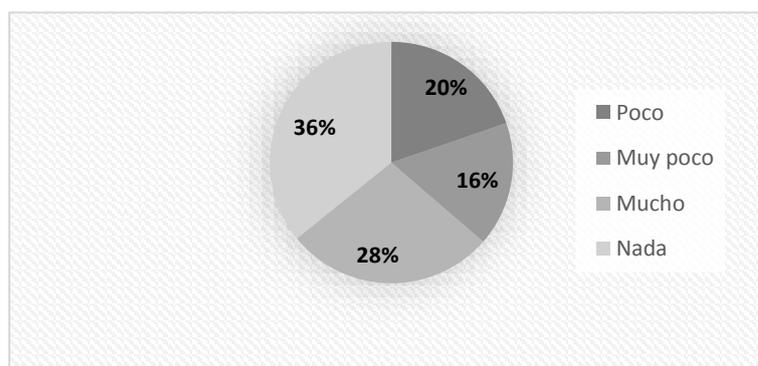
**Análisis e Interpretación:** con la información obtenida que se realizó a cierto conjunto de personas referente al conocimiento del proceso de la siembra, nos indica que no poseen conocimiento apropiado de lo que es tener un Huerto en casa y como es la preparación para su cuidado y conservación, por lo tanto, se decide crear capacitaciones constantes con asesorías personalizadas para que el cliente se sienta a gusto al adquirir una planta o un kit de nuestra empresa.

**Pregunta #2.- ¿Qué tanto conoce usted de los materiales e insumos que se necesita para tener un Huerto en casa?**

Tabla 9

*Conoce usted de los materiales e insumos que se necesita para tener un Huerto en casa.*

Parámetros	Nro. de funcionarios	Porcentaje
Poco	71	19.72%
Muy poco	60	16.67%
Mucho	100	27.78%
Nada	129	35.83%
Total	360	100.00%



*Figura 24. ¿Qué tanto conoce usted de los materiales e insumos que se necesita para tener un Huerto en casa?*

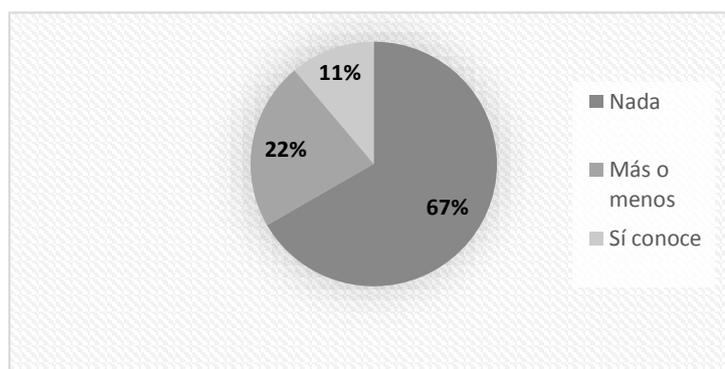
**Análisis e Interpretación:** De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada a los ciudadanos de la ciudadela Las Orquídeas con respecto al tener o no conocimiento de los materiales e insumos que se necesita para tener un Huerto en casa, se manifiesta que las personas encuestadas no tiene el entendimiento amplio de los materiales necesarios que se necesita para el proceso de la siembra y sus plantas; por lo tanto, la empresa facilitaría dichos materiales para el cuidado y siembra a precios accesibles al consumidor.

**Pregunta #3.- Del 1 al 5 ¿Sabe lo que necesitaría para tener un huerto en casa?**

Tabla 10

*Del 1 al 5, sabe lo que necesitaría para tener un huerto en casa*

Parámetros	Nro.- de funcionarios	Porcentaje
<b>Nada</b>	240	70%
<b>Más o menos</b>	80	23.30%
<b>Sí conoce</b>	40	6.70%
<b>Total</b>	360	100.00%



*Figura 25.* Del 1 al 5 ¿Sabe lo que necesitaría para tener un huerto en casa?

**Análisis e Interpretación:** la mayoría de los ciudadanos no tienen el conocimiento necesario de lo que se necesita para tener un Huerto y los implementos necesarios para su elaboración; nuestro enfoque se concentraría en que las personas que no tienen un conocimiento adecuado, reciban por medio de capacitaciones sean estas virtuales o presenciales, unas clases de lo que es el proceso y de lo que es debe tener en un Huerto y que plantas necesitaría según sus necesidades; hay que recalcar que es importante la salud del individuo, siendo más empático con el entorno que lo rodea.

**Pregunta #4.- ¿Qué espacio dispone usted para implementar un Huerto casero?**

Tabla 11

*Qué espacio dispone usted para implementar un Huerto casero*

Parámetros	Nro. de funcionarios	Porcentajes
<b>Patio</b>	80	22.22%
<b>Terraza</b>	90	25.00%
<b>Balcón</b>	110	30.56%
<b>Terreno</b>	80	22.22%
<b>Total</b>	360	100%

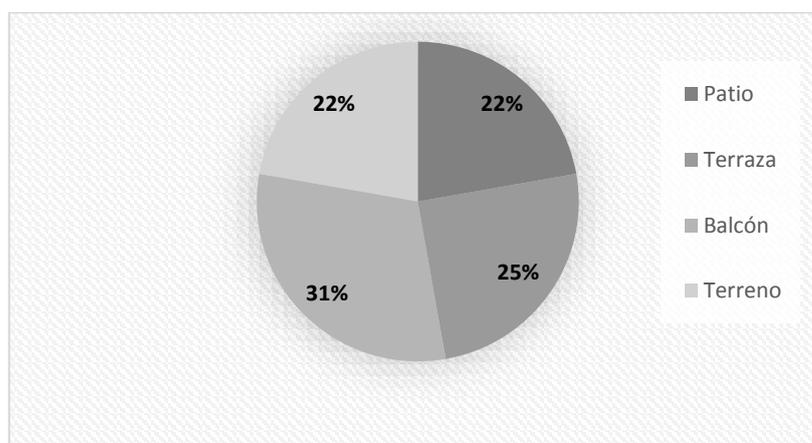


Figura 26. Qué espacio dispone usted para implementar un Huerto casero

**Análisis e Interpretación:** Como se puede observar en esta tabla las respuestas nos da como resultado que las personas desean tener sus huertos desde un Balcón hasta el más mínimo espacio para ponerlo en marcha con productos que ofertaría GinBre para la elaboración del mismo.

**Pregunta #5.- ¿Qué tipo de diseño le gustaría tener?**

Tabla 12

*Qué tipo de diseño le gustaría tener*

Parámetros	Nro. de funcionarios	Porcentaje
Vertical	48	13%
Horizontal	92	26%
Camas	67	19%
Diseños Colgantes	122	34%
Otros	31	9%
Total	360	100%

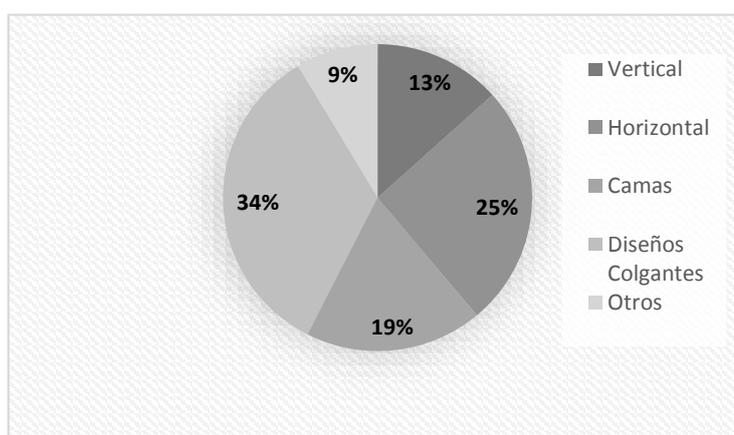


Figura 27. ¿Qué tipo de diseño le gustaría tener?

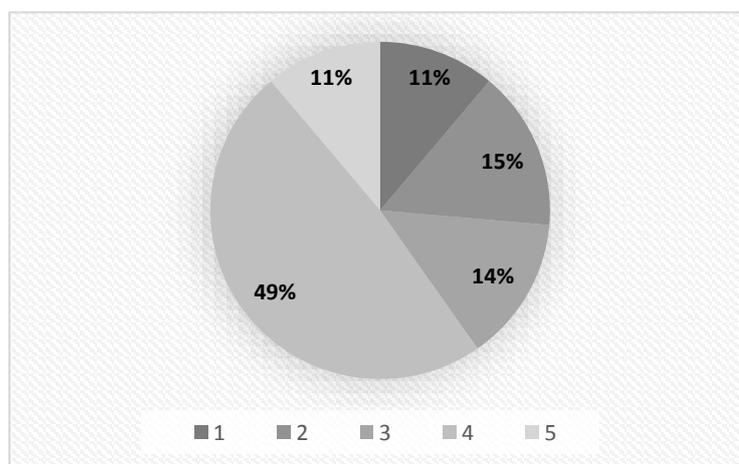
**Análisis e Interpretación:** En relación a esta pregunta las personas encuestadas respondieron que sería el uso de los diseños colgantes; en virtud que cuentan con espacios reducidos y se pueden trasladar de un lado a otro haciendo su uso accesible, se les facilitará las opciones de kit de semillas, así como el diseño que más sea de su agrado; para que puedan sembrar para su consumo.

**Pregunta #6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir por la implementación de un Kit para principiantes que incluya: semilla, tierra, maceta y asesoría?**

Tabla 13

*Estaría dispuesto a invertir por la implementación de un Kit para principiantes que incluya: semilla, tierra, maceta y asesoría.*

Parámetros	Nro. de funcionarios	Porcentaje
\$45.00	40	11.11%
\$40.00	55	15.28%
\$35.00	50	13.89%
\$25.00	175	48.61%
\$15.00	40	11.11%
Total	360	100%



*Figura 28.* Cuánto estaría dispuesto a invertir por la implementación de un Kit para principiantes que incluya: semilla, tierra, maceta y asesoría.

**Análisis e Interpretación:** Bajo este cuadro, nos demuestra el valor mínimo para la creación de un huerto; considerando que no todos cuentan con una estabilidad laboral favorable lo que conlleva a no gastar más de su presupuesto establecido.

### Pregunta# 7.- ¿Qué tipos de Huertos caseros le gustaría implementar?

Tabla 14

#### *Qué tipos de Huertos caseros le gustaría implementar*

Parámetros	Nro. de funcionarios	Porcentaje
Plantas Ornamentales kit (helechos, petunias y lengua de suegra)	50	13.9%
Vegetales y Frutales	110	30.6%
Plantas kit medicinales (lavanda, menta, tomillo y orégano)	150	41.7%
Bonsái	50	13.9%
Total	360	100%

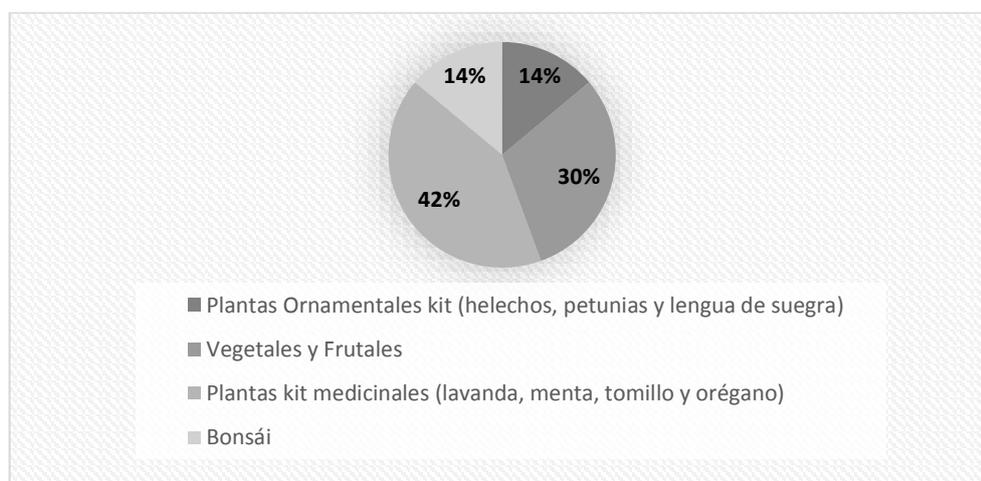


Figura 29. Qué tipos de Huertos caseros le gustaría implementar

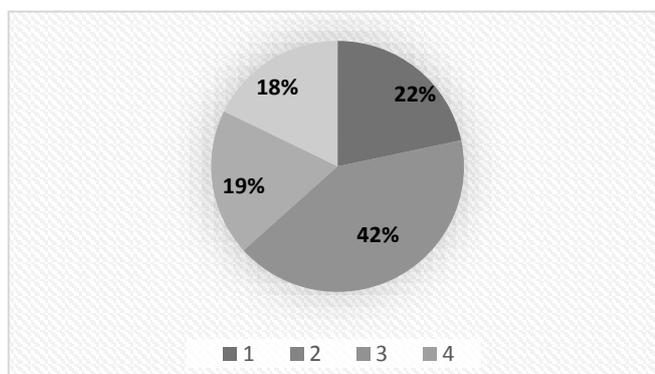
**Análisis e Interpretación:** según los datos obtenidos de esta pregunta el preparar un huerto con insumos medicinales es de mucha satisfacción terapéutica y psíquica del individuo en su salud ofertándole uno de nuestros kit, donde se promocionará dichas plantas, como también plantas vegetales comprendiendo que la mayor parte de los habitantes del lugar necesitarían de un huerto medicinal con motivos beneficiosos, favoreciendo a su salud lo que se tomaría en cuenta al realizar nuestro proyecto, sin dejar a un lado el kit de semillas de consumo frutal – vegetal, o el kit ornamental y Bonsái entre otros.

**Pregunta #8.- ¿Cómo le gustaría enterarse de la venta y asesoría Organika Garden GinBre?**

Tabla 15

*Cómo le gustaría enterarse de la venta y asesoría Organika Garden Ginbre*

Parámetros	N.- de funcionarios	Porcentaje
e-mail	78	22%
whatsapp	150	42%
Facebook	68	19%
Instagram	64	18%
Total	360	100%



*Figura 30.* Cómo le gustaría enterarse de la venta y asesoría Organika Garden Ginbre

**Análisis e Interpretación:** cómo podemos observar a los ciudadanos encuestados les gustaría enterarse de nuestros productos y servicios mediante las redes sociales (Instagram, Facebook, páginas web, mensajería WhatsApp), la cual daríamos a conocer de una manera sencilla e innovadora a los clientes para que adquieran semillas y demás productos.

### Pregunta#9.- ¿Cuáles son sus medios de compra frecuente?

Tabla 16

*Sus medios de compra frecuente*

Parámetros	Nro. de funcionarios	Porcentaje
Venta Directa	172	47.78%
Distribuidores	51	14.17%
Tiendas on-line	35	9.72%
Viveros	70	19.44%
Mercado	15	4.17%
Por lo regular no compro	17	4.72%
Total	360	100%

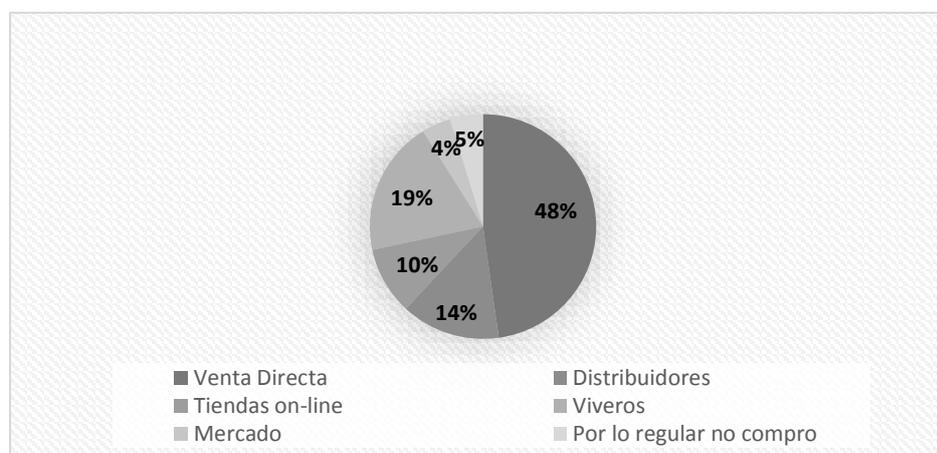


Figura 31. Cuáles son sus medios de compra frecuente

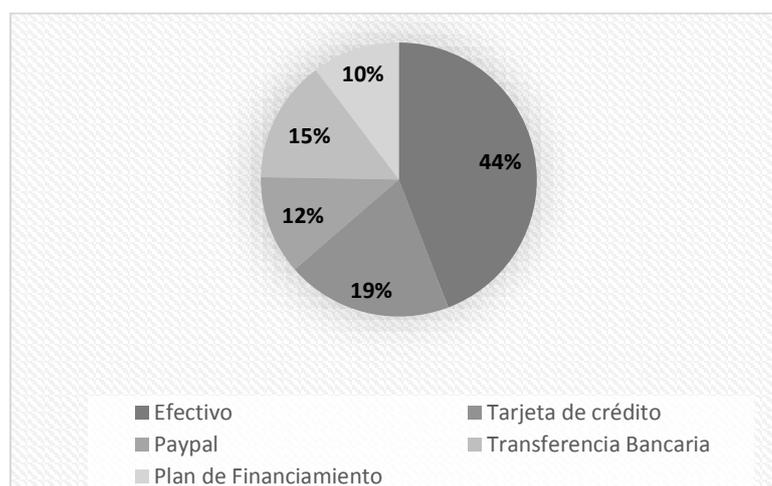
**Análisis e Interpretación:** en esta pregunta se estimaría que los viveros serían nuestros competidores por la venta y distribución de las plantas y semillas; lo que se tomaría como un incentivo para promocionar nuestros productos, con un plus agregado que serían las charlas, mantenimiento y cómo cultivar sus propios alimentos en casa.

**Pregunta #10.- Si usted está dispuesto a implementar un huerto en su domicilio, ¿Cuál sería su medio de pago?**

Tabla 17

*Si usted está dispuesto a implementar un huerto en su domicilio, Cuál sería su medio de pago.*

Parámetros	Nro. de funcionarios	Porcentaje
Efectivo	159	44.17%
Tarjeta de crédito	70	19.44%
Paypal	42	11.67%
Transferencia Bancaria	52	14.44%
Plan de Financiamiento	37	10.28%
Total	360	100%



*Figura 32.* Si usted está dispuesto a implementar un huerto en su domicilio, Cuál sería su medio de pago

**Análisis e Interpretación:** los usuarios desean hacer sus pagos de forma directa y en efectivo que ya existe un alto grado de desconfianza al usar una tarjeta de crédito o

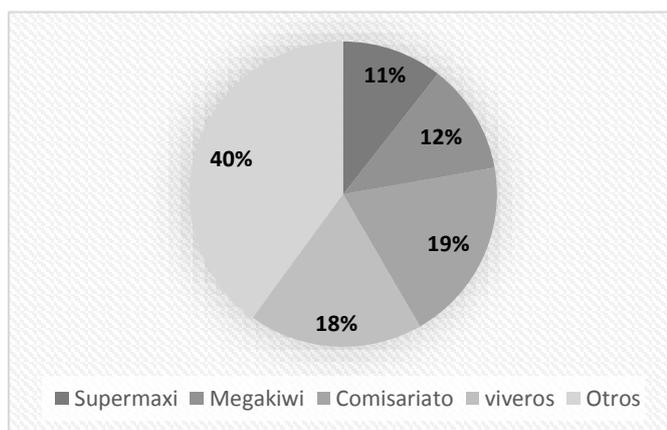
los pagos en línea, pero de igual manera se implementaría en línea para comodidad del usuario.

**Pregunta #11.- A qué proveedor usted recurre cuando requiere de una planta, semilla o asesoría. Menciónelo.**

Tabla 18

*A qué proveedor usted recurre cuando requiere de una planta, semilla o asesoría.*

Parámetros	Nro. de funcionarios	Porcentaje
Supermaxi	38	11%
Megakiwi	42	12%
Comisariato	70	19%
viveros	66	18%
Otros	144	40%
Total	360	100%



*Figura 33. A que proveedor usted recurre cuando requiere de una planta, semilla o asesoría. Menciónelo.*

**Análisis e Interpretación:** Bajo este cuadro, las personas encuestadas manifiestan que depende de otros proveedores para la adquisición de los productos para Huertos caseros, lo que sería de soporte para nosotros al ofertar nuestros y servicios de manera innovadora y ecológica al alcance de nuestros clientes.

## 4.2 Estudio de Mercado

La Real Academia Española (2001) cita al mercado como: “Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio por los actores económicos sin mediaciones del poder público que afecten a un determinado sector de bienes.”.

Philip Kotler, autor del libro "Dirección de Mercadotecnia" un mercado está formado por todos los clientes potenciales que participan en una necesidad o deseo específico que estarían dispuestos a contribuir de manera recíproca a fin de que satisfaga lo requerido. (Kotler, Dirección de Mercadotecnia, 2001, Pág. 8)

Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro " Mercadotecnia" el mercado son "los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio" (Fisher, 2005, Pág. 84)

Stanton, Etzel y Walter, autores del libro "Fundamentos de Marketing" El mercado, que consiste en compradores y compradores futuros, está formado por consumidores y negocios. (Stanton, 2007, Pág. 92).

### Comercialización Familias

“Es un intercambio que se da en cualquier momento entre las personas que lo deseen con la finalidad de satisfacer las necesidades y el deseo, generando ideas y facilitando cambios en la comercialización o marketing”. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 5).

Cuando hablamos de un producto es el satisfactor que debe llegar al cliente, en el momento preciso y el lugar adecuado, además de llenar sus expectativas, es evidente que no hay un producto que cumpla con el 100%, solo se espera que tenga características promedio y cubra las expectativas de varios consumidores en tres aspectos: beneficio, tiempo y lugar. (Sangri Coral, 2014)

#### **4.2.1 Microambiente**

El Microambiente son las fuerzas que puede controlar la empresa ya que esta afecta directamente a la compañía e influye en la toma de decisiones de manera fundamental para saber qué tipo de producto va a llegar al consumidor y pueda ser adaptable. Para ello, se cuenta con algunas variables que propone Kotler y que permiten segmentar de una manera adecuada a la población, entre ellas podemos citar:

##### **Micro ambiente interno**

- Organización
- Estructura
- Relaciones

##### **Micro ambiente externo**

- Proveedores
- Intermediarios
- Clientes
- Competencia

a) Micro ambiente interno. - Las relaciones entre los distintos departamentos son necesarios para diseñar plan.

b) Micro ambiente externo. - Establecido por aquellos factores que tienen una influencia inmediata en las relaciones de intercambio. Los gerentes de la empresa deben establecer relaciones con estos grupos externos que, aunque generalmente se consideran como fuerzas incontrolables, pueden ser influidas más fácilmente que los factores del macro ambiente son:

- Los proveedores. – no son sistemas autosuficientes ya que no disponen de todos los recursos necesarios para realizar su actividad. En la mayoría de los casos, la oferta de los productos depende del adecuado suministro de un gran número de proveedores y de la existencia de un mercado de trabajo amplio y competente. La gestión de compras debe ser apropiada.

- Los intermediarios. – No gestionan una distribución directa de sus productos, más que todo el número de compradores potenciales, por encontrarse muy dispersos geográficamente. Se recurre al uso de intermediarios, consiguiendo que la oferta llegue al mercado de una forma menos costosa y más rápida. Existen 2 tipos de intermediarios:

Los mayoristas: compran los productos a un fabricante o a otro mayorista para revenderlos a un mayorista o a un minorista, pero no al consumidor final

Los minoristas: compran los productos a un fabricante o a un mayorista y los venden al consumidor final

Los clientes. – son el factor importante del entorno externo de la organización, ya que se integran entre sí y son protagonistas de las relaciones de intercambio, objeto del Marketing. Los clientes se agrupan en mercados de consumo y organizaciones.

La competencia. - Las acciones que realiza la empresa están encaminadas a la obtención de sus objetivos en los mercados. Estas acciones pueden ser interferidas por las empresas competidoras que trabajan en los mismos mercados, dificultando, de esta forma, el logro de los objetivos propuestos la cual se puede distinguir en 3 niveles de competencia: de marcas, productos y necesidades

- Macro ambiente

Cuando una organización que se proyecta genera servicios o productos para sus clientes y la comunidad en general, debe identificar y definir oportunidades y amenazas que se origina en el macro ambiente, el mismo que está conformado por fuerzas o factores externos que actúan o influyen sobre todo el microambiente identificando fuerzas y factores importantes que se deberán analizar como: fuerzas o factores económicos, tecnológicos, político-legales, naturales, demográficos y socio-culturales, aspectos fundamentales que influyen en las actividades diarias de la organización.

#### **4.2.2 Demanda**

Podemos descifrar que la palabra Demanda contiene un extenso significado que lo define, en la cual expertos aseguran que en mercadotecnia y economía es un factor sobresaliente en la vida de las personas como lo menciona (Kloter, 2002, pág. 54)

“El deseo determinado para un producto que se encuentra respaldado por una capacidad de pago”.

En el presente proyecto que se está ejecutando se toma en consideración varios factores de análisis; en la cual nuestros consumidores, puede ocasionar en cualquier momento, a fin de complacer las demandas de los individuos o las asociaciones” (Walker &, Stanton, Etzel, 2007 p. 5).

Cabe indicar que los elementos que satisface a nuestra demanda deben tener tres utilidades que son:

- Beneficio
- Tiempo
- Lugar

Realizamos un análisis de la demanda de los productos orgánicos en el Ecuador hacía varias décadas, que atraviesan un problema muy importante en lo que refiere a soberanía y seguridad alimentaria. La misma que tomo fuerza desde la época verde (década de los 50 -70. Desde ese entonces el país ha vivido momentos difíciles en cuanto a la provisión de alimentos para el consumo interno tanto en área urbana como rural y es por eso que se realiza una demanda de los productos con la finalidad de implantarlo en las zonas rurales.

El contar con Huerto genera exigencias productivas de sostenibilidad ambiental, basadas en la utilización de insumos, proceso de producción, orientadas a la salud y

la seguridad de los alimentos, teniendo en cuenta la competitividad que ofrecen los viveros.

Para la cual se realizó una encuesta, dando relevancia ante la importancia de tener un Huerto en casa hoy en día las empresas y personas han puesto su interés en fomentar un medio sustentable y amigable con el medio ambiente, desde el consumo de alimentos orgánicos hasta la medicina alternativa, considerando potencialmente la comercialización de productos verdes.

### **Descripción de la Demanda**

Con esto damos a entender que la demanda en las tendencias alimenticias, la agricultura y la sociedad ha cambiado en los últimos años, en la alimentación y observa el medio rural con expectativas para pensar sobre la diversidad de modelos agrícolas existentes, que aporten ideas sobre la evolución de un modelo familiar de agricultura, cubrir una buena cantidad de alimentos a las familias. Lo cual se ha vuelto más exigente en la oferta y a los productos de los mismo captando así a nuestro mercado consumidor, siendo el público en general desde los 18 a 50 años que deseen una vida saludable cultivando y consumiendo productos orgánicos libres de pesticidas, ya que en una mayoría hay productos transgénicos y contaminados químicamente que son tóxicos para la salud de las especies(humana – animal) cuya finalidad es un beneficio al adquirir nuestros productos y a su vez generar ingresos con la venta de sus excedentes.

Nuestro mercado potencial se evidencia en los interesados por los cultivos de plantas ornamentales, medicinales, frutales, vegetales, por la necesidad de su

autoconsumo y venta en el sector. La cantidad que el individuo demandará de un bien dependerá fundamentalmente del precio. Cuanto menor sea el precio, mayor será la cantidad demandada.

### **Proyección de la Demanda (cálculo matemático de la cantidad de productos en los próximos años a demandarse)**

Para nuestra proyección se tomó el estudio que fue realizado por Ochoa Muentes, nos brinda resultado de cuantos huertos Urbanos y capacitaciones han obtenido hasta el 2017.

Según (Universo, 2020) el plan es involucrar de 15 a 20 familias para alcanzar 200 Huertos, distribuidos en varios sectores de la ciudad uno por familia en cada casa, el municipio entrega de manera gratuita los implementos para la siembra.

Tabla 19

#### *Demanda*

<b>Año</b>	<b>Demanda (Huertos Caseros)</b>	<b>Variable x</b>
	<b>y</b>	
2010	120.00	-4
2011	150.00	-3
2012	131.00	-2
2013	1,000.00	-1
2014	1,172.00	0
2015	1,000.00	1
2016	80.00	2
2017	176.00	3
2018	180.00	4
2019	150.00	5
2020	200.00	6
2021	470.64	7
2022	474.24	8
2023	477.84	9
2024	481.44	10
2025	485.04	11

Tabla 20  
*Competidores*

<b>Huertos ecuador</b>	Tiene precios accesibles, cuenta con una página web y también incursionan en las redes sociales donde se pueden realizar pagos con tarjeta de crédito o débito bancario.
<b>Ecorevuelta</b>	Cuenta con una página en Instagram, realiza entregas a Domicilio y se maneja como material reciclaje para su distribución en lo que respecta plantas y semillas.
<b>Josysiembro</b>	Tiene una cuenta en Instagram, atiendan sus pedidos mediante WhatsApp.

#### 4.2.3 Demanda Insatisfecha

La Demanda insatisfecha, se la obtiene de datos proyectados en el tiempo, esto quiere decir que cuando la demanda es más alta que la oferta, misma que se consigue con una simple diferencia, año con año, determinando que en el mercado no ha sido atendida con los beneficios que se ofrece y no se ha podido cubrir sus necesidades.

En nuestro proyecto se presentó pequeños porcentajes que queremos cubrir por el déficit de la Demanda ya que en nuestras encuestas realizadas existe una considerable aceptación en cuanto a lo que se desea ofrecer al implementar nuestro proyecto de Huertos Caseros.

La mayoría de los encuestados respondió afirmativamente, lo que nos indica que el ofrecer nuestros productos y servicios; tendrá una gran relevancia en el aspecto psíquico, medicinal y social

Tabla 21

*Demanda Insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2021	470.64	413.17	57.48
2022	474.24	416.00	58.24
2023	477.84	418.83	59.01
2024	481.44	421.67	59.78
2025	485.04	424.50	60.54

Nuestro proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Guayaquil donde posee 3°453.621 habitantes en la población urbana, donde estaríamos compitiendo con los viveros y otras organizaciones que ofrecen nuestros mismos servicios y productos en el siguiente cuadro representaremos el déficit a cubrir.

Realizado con relevancia y minuciosamente el análisis correspondiente del estudio de Mercado para su ejecución. examinando el mercado, en torno al proyecto, con la demanda, la oferta con el mix de marketing.

A fin de diagnosticar si existe un problema en cuanto a cubrimiento de producto orgánico y agroindustriales a nivel de mercado interno en la ciudad de Guayaquil; lo que hace ver importante su investigación a fondo en el mercado, al cual nos queremos introducir con nuestros productos naturales, tanto en Hortalizas, frutas y plantas medicinales; que usualmente demanda la gente del sector Urbano en la ciudad.

Es importante conocer a profundidad nuestro emprendimiento de negocio; que requiere de personal calificado, planificando los recursos económicos y mantenimiento del proyecto para la puesta en marcha; identificando las necesidades y requerimientos de los consumidores. Es vital realizar el estudio de la Oferta y la Demanda para saber identificar el comportamiento de los productos sustitutos en el mercado.

En lo que concierne al estudio de la oferta, se ha observado que existen pocos productores y comercializadores que venden productos orgánicos y agroindustriales al por mayor. La realización del estudio de mercado se basa en un análisis de los principales ofertantes del producto existente, en donde se establece el número de productores y comerciantes, el lugar de ubicación de los mismos, la cantidad aproximada de venta, el precio, formas de adquisición y venta y estrategias de venta.

De igual manera se hace un análisis de la demanda, específicamente a nivel local, en donde se establece por segmentos los principales consumidores potenciales; se aplican métodos de proyección (método exponencial) en unidades de producto. Con estos dos análisis de oferta y demanda se procede a instaurar la demanda potencial insatisfecha del producto, precio proyectado y sus posibles estrategias de inducción al mercado.

Al ser un servicio, comercialización y asesoría de semillas y huertos caseros pretendemos analizar los productos sustitutos que consideramos para este estudio de mercado como: viveros, distribuidores de semilla, proveedores y todo lo que concierna en el ámbito de abastecimientos de materias primas.

Los productos identificados como principales para el estudio de mercado son: Hortalizas, frutas y plantas medicinales con aplicación de insumos orgánicos en la fase de cultivo que sean accesible a la adaptación de diferentes climas y suelos valor alimenticio y nutricional. Que tenga más representatividad del consumo de mercado los cuales nos constituirá a ser investigados en torno a la demanda, tanto en el volumen como en precio al igual de calidad.

#### **4.2.4 Oferta**

Al hablar de la Oferta es estudiar la posibilidad y el interés de los que tienen o producen bienes y servicios para lanzar al mercado, la cual se incrementa o disminuye atendiendo a la cantidad demandada.

Podemos decir que el estudio de mercado es el conjunto de operaciones sistematizadas que nos permite perfeccionarnos en el mercado siendo esta una venta o producto, recolectando y analizando las características de la misma mediante productos que satisfagan la demanda de los clientes implementando estrategias para conocer a los proveedores, competencia, canales de distribución y tecnología que nos permita conocer mejor al mercado y buscar soluciones para una mejor toma de decisiones. (Rguez, 2016)

La oferta en el mercado ecuatoriano interno, la producción y comercialización de productos orgánicos como: hortalizas, frutas y plantas medicinales ha logrado un crecimiento considerable en la alimentación diaria de las familias de la ciudad de productos que nuestros huertos ofrecen y como se cosechan y el tiempo que nos tomará para su producción nos enfocaremos al mercado nacional, y como primer

canal de venta será la población cercana geográficamente determina en el proyecto y luego al resto de los sectores aledaños.

Se ofertará un kit de semillas que contendrán hortalizas, verduras y plantas medicinales, que se adaptan a diferentes regiones; ofreciendo también opciones como: comprar la planta lista para cuidar o la semilla, brindando la asesoría de tratamiento, cuidado e implemento a usar en capacitaciones virtuales o presenciales.

Los actuales competidores utilizan sus redes sociales, para ofertar sus productos, capacitaciones y asesorías técnicas, con entrega a domicilio como se puede apreciar en las siguientes imágenes del proceso de oferta de nuestros competidores:

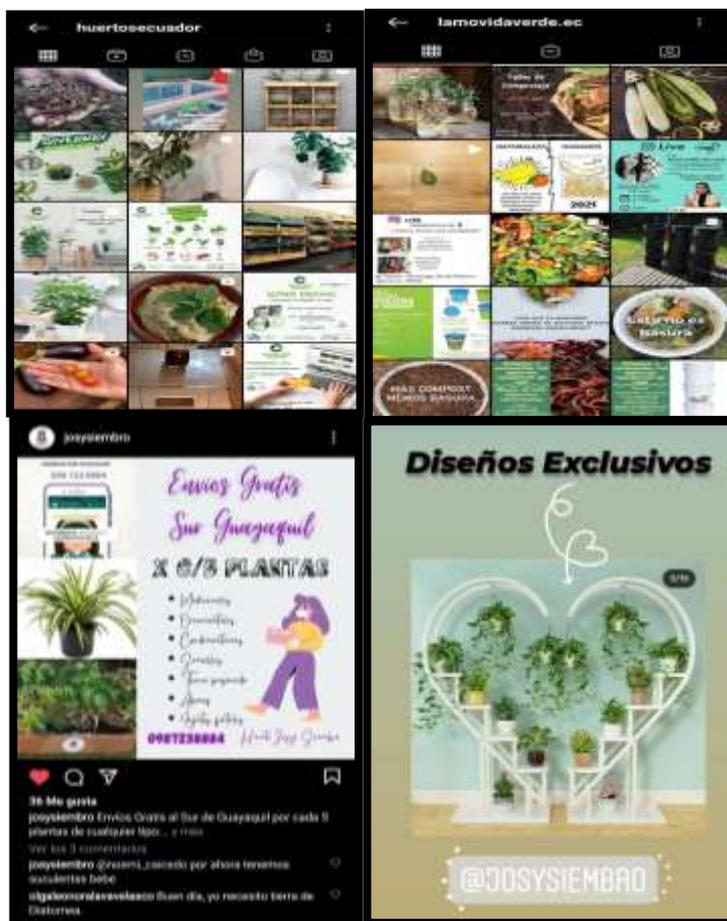


Figura 34. Competidores

Permitiendo tener una idea más clara de la oferta donde se debe precisar la diferencia entre ofrecer y vender cabe señalar que la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y transferir sus productos así mismo recoge las intenciones de venta de los productores. Los cambios en la oferta se dan cada vez más fuerte del todo, incluido ya que nuevos clientes demandan nuevos productos, y por ende la oferta avanza considerablemente.

Según informes de la FAO (Agricultura Urbana) alrededor de 800 millones de personas en todo el mundo practican tienen como práctica la Agricultura Urbana y se estima que hasta un 15% de la alimentación mundial es producida por medio de ella. El 70% de los hogares urbanos de los países en vías de desarrollo participan en actividades agrícolas donde esta producción doméstica puede aportar hasta el 60% de las necesidades alimenticias de una familia. (Universo E. , 2015)

### **Proyección de la Oferta**

Para proyectar la oferta de nuestros productos orgánicos, se utilizó como base el sondeo de mercado a nivel nacional de la demanda, capacitación de creación de Huertos caseros con hortalizas, frutas y plantas medicinales, al igual que de comercializadores de estos productos que nos permiten tener una idea clara sobre la configuración o tendencia de comportamientos de diferentes eventualidades se repetirían a futuro Guayaquil.

Tabla 22

*Oferta*

	<b>Oferta (Huertos Caseros) y</b>	<b>Variable x</b>
<b>2010</b>	100.00	-4
<b>2011</b>	100.00	-3
<b>2012</b>	80.00	-2
<b>2013</b>	1,000.00	-1
<b>2014</b>	1,000.00	0
<b>2015</b>	900.00	1
<b>2016</b>	80.00	2
<b>2017</b>	150.00	3
<b>2018</b>	130.00	4
<b>2019</b>	135.00	5
<b>2020</b>	190.00	6
<b>2021</b>	413.17	7
<b>2022</b>	416.00	8
<b>2023</b>	418.83	9
<b>2024</b>	421.67	10
<b>2025</b>	424.50	11

**4.2.5 Producto**

La agricultura Urbana impulsa la seguridad alimentaria “Ciudades Verde”, debido al rápido crecimiento de las ciudades en el mundo, este tipo de productos con agricultura urbana proporcionan comida y no solo eso, sino que serán un aporte para el ambiente y la economía de las familias.

Nuestros productos (semillas, plantas, abono, etc.) aprovecharan las pequeñas superficies, en solares, parques o balcones para cultivar micro huertos con diseños verticales, horizontales que estos sean en plásticos, camas, macetas, cajas de tipo caña guadua. Lo ofertado ayudara a contribuir en la seguridad alimentaria al producirse en casa y teniendo productos frescos para ser consumidos mejorando de

forma significativa la calidad de su salud y con los excedentes se puede generar ventas y obtener ingresos.

### **Diseño de Producto**

Organika Ginbre contara con ciertos productos y servicios de los cuales nuestros clientes podrán tener acceso de las cuales se detallan a continuación con sus respectivos valores.

Tabla 23

#### *Productos*

<b>Productos</b>	<b>2021</b>
Labores de Asesoría	\$ 10.00
Plantas kit medicinales (lavanda, menta, tomillo y orégano)	\$ 10.00
Macetas personalizadas	\$ 45.00
Plantas Ornamentales kit (helechos, petunias y lengua de suegra)	\$ 20.00
Semillas	\$ 3.00
Control de plagas/fertilizantes	\$ 30.00
Arboles Bonsai	\$ 40.00
Herramientas básica kit	\$ 45.00
Tierra de sembrado	\$ 3.00

El presente Logotipo está elaborado por diversidad de colores por nuestras plantas, uno de ellos en destacar será el verde, con letras blancas conservando un aspecto cálido y llamativo.



Figura 35. Slogan de la empresa Ginbre

Su slogan dice lo siguiente: ¡donde hay espacio, hay vida!... porque refleja que no es necesario un espacio grande para poder tener plantas, sin descuidar cada detalle que este conlleva, ofreceremos un excelente servicio, destacando la importancia de no solo tener una planta sino tener un sinnúmero de ellas y su valor en que nos beneficia.

#### **4.2.6 Precio**

Para analizar y determinar el precio de los productos que queremos comercializar hemos realizado un estudio del mercado para poder verificar el costo de nuestros productos y servicios en viveros, supermercados y competidores donde se compara con la de la competencia, de acuerdo a la investigación de mercado los consumidores están dispuestos a pagar desde \$40.00 hasta \$65.00 por la compra, asesoría y diseño de sus huertos

#### **4.2.7 Comercialización**

La asesoría y comercialización de Huertos y semillas con productos orgánicos, tiene como principal objetivo introducir los Huertos en la zona urbanas de Guayaquil, aplicando a ventas directas y distribución a pequeños y medianos mercados tanto a nivel de barrios y sectores aledaños en la ciudad. Como microempresa pretendemos, cubrir una parte de las necesidades de adquisición de hortalizas, plantas medicinales y frutas orgánicas cultivadas por ellos mismos o por lo que nosotros vendemos.

#### **4.2.8 Promoción**

Para Stanton et. Al., la promoción es “un elemento de la mezcla en donde el marketing informa, persuade recordándole al mercado la existencia de un producto y/o su venta, con el propósito de inducir en los sentimientos, creencias o conducta del receptor o destinatario”.

Se detalla a continuación las formas de promoción que se tendrán en el proyecto:

**Publicidad:** se paga por este servicio de comunicación masiva e impersonal en la cual está claramente identificado. Las formas más conocidas son los anuncios que aparecen en los medios electrónicos (radio, televisión) y en los impresos (periódicos y revistas).

**Venta personal:** es la presentación directa de un producto que el representante de una compañía hace a un comprador potencial. Puede ser cara a cara, por teléfono, dirigiéndose a un consumidor final.

**Promoción de ventas:** es una estrategia atractiva de la demanda, para fidelizar clientes con la finalidad de complementar la publicidad y preparar la venta personal.

**Relaciones públicas:** abarca una amplia gama de actividades comunicativas que contribuyen a crear actividades y opiniones positivas respecto a una organización y sus productos. A diferencia de la publicidad y la venta personal, no incluye un mensaje específico de ventas.

Publicidad no pagada: es una forma de informar noticias o reportajes sobre una empresa y sus productos. Es un mensaje impersonal que llega a una audiencia masiva a través de los medios y no es pagada por el patrocinador.

### **4.3 Estudio Técnico**

Aquellos recursos que se tomará en cuenta para poder llevar a cabo la fabricación del bien o servicio, promoviendo información para medir el monto de las inversiones ejecutadas y de los costos de operación.

Por la tanto el Objetivo de un estudio técnico es establecer cuán posible es brindar un servicio o producir un producto, estudiando tres aspectos generales como: el tamaño (cuánto producir), la localización (dónde producir) y la ingeniería (como produciremos, con qué tecnología, organización y procesos lo haremos), tomando en cuenta la información del estudio de mercado referente a la necesidad de venta y distribución de la inversión en la obra física.

#### **4.3.1 Dimensión y características**

El terreno contará con 100m<sup>2</sup> cuadrado en el sector norte de la ciudad, el mismo que estará financiado por donación por partes interesadas en invertir el proyecto.

Nuestra área contará con 7 metros por 14.29 metros que nos da un total de 100 metros cuadrados, en los cuales se distribuirá de la siguiente manera:

Tabla 24

*Tamaño del Proyecto*

Tamaño del proyecto		
AREA		
Almacén de semillas	M2	12
Asesoría técnica/dpto capacitación	M2	8
Oficina de gerencia/ dpto contabilidad/recepción	M2	12
Sistema de riego	M2	9.35
Abono / fertilizantes	M2	9.35
Baños	M2	2
Cafetería	M2	8.6
Vivero	M2	20
Herramientas/luces	M2	9.35
Utensilios, macetas, decoraciones	M2	9.35
Área total	M2	100

En nuestro Layout se podrá visualizar las áreas distribuidas de nuestra empresa la misma que contará con una amplia distribución para su venta y comercialización así mismo con un espacio de capacitación para recibir a nuestros clientes. Dicha distribución será de la siguiente manera los 37.4mt<sup>2</sup> corresponde a estanterías con los productos a elección.



Figura 36. Layout Organika Garden Ginbre

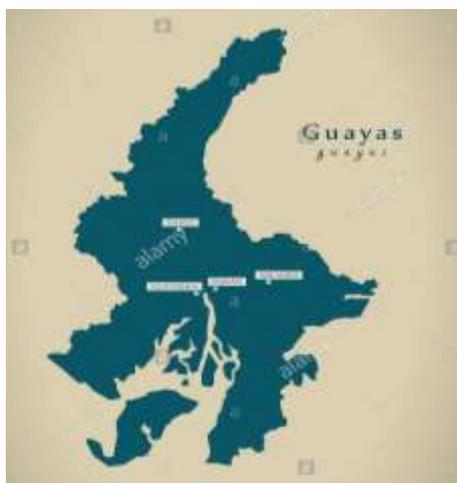
### 4.3.2 Localización del Proyecto

Para establecer un proyecto se debe señalar cuál será su cobertura espacial, en donde se realizará, es decir, indicar la zona en la que se cubrirá dicho proyecto en los próximos lugares previo a su ejecución. En la presente investigación que se está elaborando, se estudia desde dos puntos de vista que es macro y micro localización, a fin de examinar todos los factores y localidades que de una u otra forma influyen en la elaboración del proyecto

#### Macro Localización

Se la denomina también como ubicación, se refiere a situar el proyecto en una determinada zona o región geográfica, donde el proyecto es reservado para la fabricación y comercialización, pensando que se sitúe en las ciudades y asentamientos urbanos, donde se tiene cerca del cliente.

Nuestro proyecto se localizará de la siguiente manera:



País: Ecuador  
Región Costa  
Provincia: Guayas  
Ciudad: Guayaquil

Figura 37. Macro localización

## Micro localización



Figura 38. Localización del Proyecto

Es la zona específica del proyecto en determinado en un dirección clara y concreta. Una vez determinada la zona o población se establece el terreno conveniente para la ubicación definitiva del proyecto.

Nuestro Huerto estará ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil, en un espacio amplio en las que nos permita implementar nuestras plantas y semillas para la venta y distribución de los mismo. Para lo cual nos basamos en el método Brown Gibson para nuestro proyecto.

Ginbre se lo ubicara al norte de la ciudad en la Ciudadela Las Orquídeas, donde habitan ciudadanos de clase media, que nos ayudaran a fomentar el Huerto Urbano para desarrollar actividades agrícolas y obtener alimentos libres de pesticidas para ser consumidos.

### **Tamaño del proyecto**

El presente proyecto tendrá como lugar en el sector de las Orquídeas, donde se implementará un lugar para el mantenimiento de las plantas que estarán a la venta, el tratamiento y cuidado de las semillas que se ofertarán. Dicho espacio se explica en el presente plano que se adjuntara más adelante.

### **4.3.3 Tecnología del proceso productivo**

Es un instrumento clave para el funcionamiento y crecimiento de una compañía. Los Factores tecnológicos poseen una rápida evolución, sin embargo, traen consigo algunas ventajas como la accesibilidad a información mundial, facilidades de trabajo, ahorro de tiempo; así también posee desventajas como sus altos costos, suplantación entre otras.

El presente proyecto tiene como finalidad, llegar al cliente contribuyendo en gran medida al medio ambiente, debido a que el avance tecnológico constituye una fuerza significativa que, de una u otra manera afecta al marketing, hoy en día nos daríamos a conocer de una forma más amplia demostrando porque es indispensable adquirir un huerto y ver su valor alimenticio y medicinal. Manteniéndonos al día cuando se genere algún cambio tecnológico lo cual nos permitirá estar en constante innovación, creando oportunidades como desafíos sin quedarnos en el retraso, sino que siempre estar a la vanguardia de la tecnología en lo que respecta a nuevos productos y marketing.

Cabe señalar que en el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para conseguir bienes y servicios a partir de los insumos y convertirlos en productos

mediante una determina función de producción.



*Figura 39.* Función de Producción

Para iniciar el proceso productivo es necesario planificar la producción tomando en cuenta los siguientes factores:

1. Elección de la hortaliza
2. Asociaciones de hortalizas: alternar hortalizas/tubérculos/bulbo
3. Rotación de los productos
4. Distancias de siembra y tener los materiales que nos sirven como semilleros.

#### **4.3.4 Ingeniería del proyecto**

En este mundo de constante cambio que va de la mano con los avances tecnológicos, es de importancia afrontar a los nuevos paradigmas de la sociedad, hoy por hoy nos enfrentamos a los cambios positivos con la reingeniería de conocimientos para aplicarlos de manera estratégica y creativa aumentando la rentabilidad del negocio e ingresar en el mercado para impulsarnos al éxito en este proceso.

Definiendo los recursos necesarios para la elaboración del mismo, la cual nos permitirán avanzar en los aspectos terapéuticos, técnicos y económicos sociales a fin de alcanzar las condiciones operativas que se espera llevar de este proyecto.

#### **4.3.5 Maquinarias y Equipos**

Ginbre realizará una inversión en activos fijos con el fin de actualizar y ampliar el negocio como se lo detalle en el siguiente recuadro, en el cual podremos visualizar el costo de los activos fijos según un glosario de contabilidad donde un precio de adquisición más los gastos de fletes, seguro de la transportación, instalación y montaje, función de prueba y cualquier otro costo necesario para hacer que el activo fijo quede listo para ser usado.

Tabla 25

*Maquinarias y Equipos*

<b>Inversión</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Total</b>	<b>% participación</b>
Capital de trabajo	\$ 15,612.50	\$ 15,612.50	35,27%
Activo fijo	\$ 28,157.00	\$ 28,157.00	63,60%
Vehículo	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	
Herramientas	\$ 50.00	\$ 50,00	
Equipos de computación	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	
Equipos de oficina	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00	
Muebles y enseres	\$ 1,787.00	\$ 1,787.00	
Terreno	\$ 00.00	\$ 00.00	
Otros activos fijos	\$ 00.00	\$ 00.00	
Activo diferido	\$ 500.00	\$ 500.00	1,13%
Gasto de constitución	\$ 500.00	\$ 500.00	
Otros activos	\$ 00.00	\$ 00.00	00.00%
		\$ 00.00	
<b>Inversión total</b>	<b>\$ 44,269.50</b>	<b>\$ 44,269.50</b>	<b>100,00%</b>

**Adquisición de materia prima**

Para este proceso de adquisición de materia prima se ha convertido los elementos que se destinan a formar parte de los productos fabricados en la empresa y que como observamos en la siguiente tabla:

Tabla 26 Costos Unitarios por materia prima

*Unidades de materia prima*

<b>Huertos Urbanos/caseros</b>		
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Anual</b>
Kit de plantas (medicinal, ornamental, Vegetales)	100	1200
Kit de Iniciación (semilla, tierra, cajón)	100	1200
Kit de Semillas	100	1200
<b>Total</b>		<b>3600</b>

Tabla 27

*Costo de producción del Kit de plantas*

<b>Costo de producción kit de plantas</b>	<b>Año 1</b>	
MOD	\$ 9,600.00	\$ 8.00
MPD	\$ 13,200.00	\$ 11.00
Costos Indirectos	\$ 13,224.00	\$ 11.02
Depr. Equipo de Oficina	\$ 114.00	\$ 0.10
Depr. Equipo de computación	\$ 286.67	\$ 0.24
Depr. Maquinarias y Equipos	\$ -	\$ -
Depr. Muebles y enseres	\$ 83.70	\$ 0.07
<b>Total</b>	<b>\$ 36,508.37</b>	<b>\$ 30.42</b>

Tabla 28

*Costo de producción de kit de iniciación*

<b>Costo de producción kit de iniciación</b>	<b>Año 1</b>	
MOD	\$ 9,600.00	\$ 8.00
MPD	\$ 30,000.00	\$ 25.00
Costos Indirectos	\$ 13,224.00	\$ 11.02
Depr. Equipo de Oficina	\$ 114.00	\$ 0.10
Depr. Equipo de computación	\$ 286.67	\$ 0.24
Depr. Maquinarias y Equipos	\$ -	\$ -
Depr. Muebles y enseres	\$ 83.70	\$ 0.07
<b>Total</b>	<b>\$ 53,308.37</b>	<b>\$ 44.42</b>

Tabla 29

*Costo de producción Kit semillas*

<b>Costo de producción kit semillas</b>	<b>Año 1</b>	
MOD	\$ 9,600.00	\$ 8.00
MPD	\$ 22,200.00	\$ 18.50
Costos Indirectos	\$ 13,224.00	\$ 11.02
Depr. Equipo de Oficina	\$ 114.00	\$ 0.10
Depr. Equipo de computación	\$ 286.67	\$ 0.24
Depr. Maquinarias y Equipos	\$ -	\$ -
Depr. Muebles y enseres	\$ 83.70	\$ 0.07
<b>Total</b>	<b>\$ 45,508.37</b>	<b>\$ 37.92</b>

Para poder financiar los costos de adquisición de materia prima es necesario revisar los procesos de elaboración o artículos que llevan a cabo y que son destinadas para el procesamiento de las mismas, reconociendo el costo de compra.

En este caso el cálculo matemático sería dividir nuestros costos para las cantidades en unidades para saber cuánto va a ser el valor total unitario por el producto, como lo detallaremos en las siguientes tablas con el respectivo valor a la venta al público.

Tabla 30

*Margen de ganancia del kit plantas*

<b>Costo de producción kit plantas</b>		<b>Kit plantas pvp</b>
MPD	\$	11.00
MOD	\$	8.00
CIF	\$	11.42
Costo Unitario	\$	30.42
Margen de ganancias	\$	10.45
<b>Precio</b>	<b>\$</b>	<b>19.97</b>

Tabla 31

*Margen de ganancia el kit de iniciación*

<b>Costo de producción iniciación</b>		<b>Gimbre pvp</b>
MPD	\$	25.00
MOD	\$	8.00
CIF	\$	11.42
Costo Unitario	\$	44.42
Margen de ganancias	\$	29.42
<b>Precio</b>	<b>\$</b>	<b>15.00</b>

Tabla 32

*Margen de ganancia del kit de semillas*

<b>Costo de producción kit semillas</b>		<b>Gimbre pvp</b>
MPD	\$	18.50
MOD	\$	8.00
CIF	\$	11.42
Costo Unitario	\$	37.92
Margen de ganancias	\$	19.10
<b>Precio</b>	<b>\$</b>	<b>18.82</b>

#### 4.4 Estudio Administrativo

El Estudio Administrativo de un proyecto es el que proporciona las herramientas que se usan de guía para dirigir dicho proyecto, demostrando los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina en si las acciones a realizar, y por otro lado, se definen herramientas como un organigrama y la planeación de los recursos humanos a fin de constituir el perfil adecuado a la empresa y seguir las alineaciones de las metas empresariales.

Para la empresa Huertos Caseros, esta orienta a contribuir en la salud física, psíquica, emocional y también aportando al medio ambiente para que a su vez produzca beneficios a la ciudadanía y sea una comunidad altamente saludable.

##### 4.4.1 Análisis situacional

Para la empresa Huertos Caseros, tiene como plan diseñar sus objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo, ya que en cada paso podamos llevar a cabo lo planificado y de esa manera crecer como empresa.

Según (María Elvira López Parra, 2008) “La planeación estratégica se debe identificar hacia donde la empresa desea trasladarse en crecimiento, tomando en cuenta las tendencias del mercado, económicas y sociales. Una vez definida es necesario conocer de qué manera alcanzará esa visión por lo que deberá preguntarse y responder ¿quién lo hará?, ¿cuándo se llevará a cabo?, ¿cómo se realizará?, ¿dónde se implementará?”.

**Misión.** - Ofrecer un servicio de calidad con productos naturales que mejoren la salud y ayuden en su alimentación, capacitándolos en el manejo, cuidado y uso de plantas y semillas llegando a la conciencia del individuo, insertando el gran valor de la naturaleza y que sin ella no podemos avanzar.

**Visión.** - Ser reconocidos en el mercado local, provincial, y nacional cumpliendo con los altos estándares de calidad en donde podamos ofrecer a las familias un lugar donde se puedan reconectar con la madre tierra tener una integración comunitaria y autosuficiencia económica.

**Principios y Valores.** -

- Autoestima
- Responsabilidad
- Respeto a la Naturaleza
- Trabajo en Equipo
- Ética profesional
- Constancia
- Paciencia
- Terapia Natural

- “No hay nada más relajante que los pies sobre la arena y las manos sobre la tierra”.

### Procesos administrativos

Los procesos administrativos es el conjunto de procesos de recolección y utilización que tiene por objeto supervisar y dominar la evolución de la organización en todos sus niveles, que no solo miden el resultado final obtenido, sino que, también, tratan de orientar e influir en el comportamiento individual y organizativo sea el más conveniente para alcanzar los objetivos deseados.



*Figura 40.* Procesos Administrativos

Con la finalidad de mantener una estructura organizacional y generar rendimientos en nuestra empresa de acuerdo a sus funciones y expectativas tanto de la compañía como de los usuarios.

### **Área Técnica**

El área técnica será la delegada en ejecutar la estrategia dirigida a generar una experiencia de cultivo por medio del trabajo de interesados en huertos urbanos, por ello el conocimiento agrícola sobre la actividad de cultivo, manejo de suelos, fertilización, barreras de crecimiento, control de plagas, germinación asistida y tiempo apropiado para cultivo específico entre otros aspectos son imprescindibles para el negocio.

Sin embargo, el cargo de monitor o guía de experiencia requiere de conocimiento técnico y no necesariamente de Ingeniería, por ello el perfil de los monitores deben estar en la línea de Técnicos en el área agrícola.

El régimen de trabajo podrá ser *part-time*, ajustado al número de clientes presentes, sin embargo, deberá existir una dotación permanente para efectos de continuidad en la mantención de huertos y velar por la obtención de resultados.

El control de la gestión de los técnicos, llevado a cabo por un Jefe Técnico, es un cargo de nivel estratégico-técnico ya que debe agrupar el conocimiento técnico necesario para el desarrollo de la experiencia de cultivo y a su vez evaluar el desempeño de los técnicos de terreno en función del cumplimiento de la estrategia y los resultados que se obtengan por parte de los clientes.

Por ello el cargo podrá ser técnico o ingeniería en el área agrícola o agrónoma, con una fuerte componente estratégica que permita el control, desarrollo y resultados en pro de alcanzar los objetivos de negocio.

### **Área Comercial**

El área comercial estará compuesta por un jefe Comercial cuya misión será gestionar el ingreso de nuevos clientes y velar por su permanencia a través del control de gestión de ventas y Marketing, dentro de las funciones del jefe comercial se encontrará los diseños de producto tanto físicos como servicios ofrecidos, en base al desempeño medido de las campañas de marketing y la satisfacción de los clientes.

De igual forma se encargará del programa de fidelización sobre el cliente, mediante el fomento de la actividad base que generó el interés.

### **El Área Administrativa**

En conjunto con el área directiva realizará los *forecast* de ventas planeadas a fin de tomar decisiones importantes junto al área técnica, en cuanto al uso de recursos destinados a actividades de terreno, cantidad de cursos comprometidos para diferentes épocas del año, entre otros. Por lo tanto, se encargará de la ejecución de la estrategia de marketing en cuanto a posicionar los productos ofertados a través de redes sociales y pagina web, como así también del control y gestión de la participación en redes sociales con la finalidad de lograr mayor reconocimiento y potenciar las ventas en general.

Se encargará del pago de servicios, registros contables, registros de clientes entre otros necesarios para continuidad del negocio, es decir, es un área esencial ya que una eventual ausencia u omisión inciden directamente en la experiencia, con una pérdida de valor sobre la expectativa del cliente.

Por otra parte, el área ventas se encargará de la mantención y uso eficaz de los canales dispuestos para captar clientes y fomentar su acceso.

Lo anterior implica un amplio conocimiento del negocio como así también de habilidades necesarias para encantar con los beneficios que entrega la experiencia a quien se interese.

De igual forma y de manera complementaria con el área administrativa deberá llevar los registros de clientes y de interesados a fin de organizar sus suscripciones e intereses que potencialmente deriven en la extensión de las prestaciones base.

### **Área Directiva**

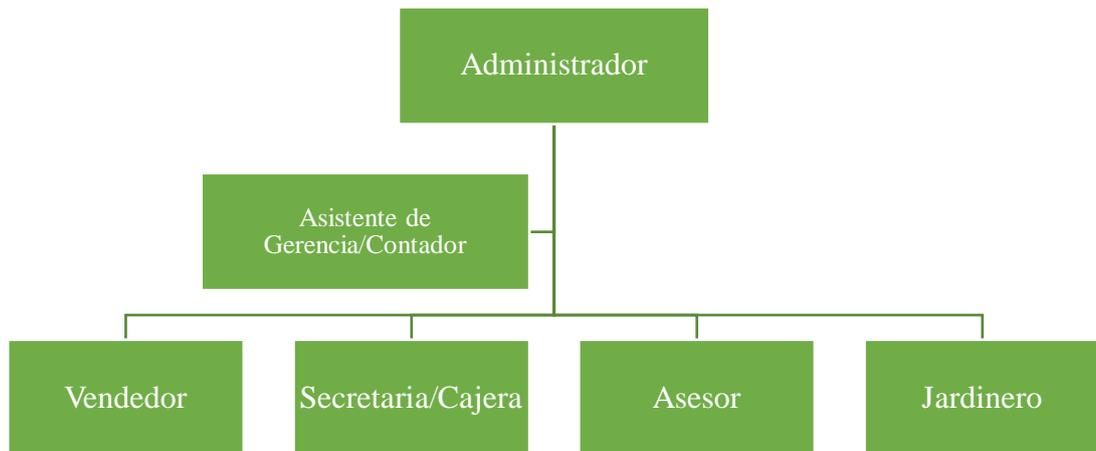
Se encargará de la coordinación de las áreas Administrativa, Comercial y Técnica, velando por el cumplimiento de los objetivos planteados para el negocio y por la satisfacción de los clientes inscritos, con la finalidad de generar recomendación directa a potenciales clientes dentro de la segmentación realizada en cuanto a perfil u otros similares, desarrollando nuevas propuestas de negocio derivadas de la actividad inicial, en base también a la detección de necesidades del cliente inscrito y potencial.

La satisfacción del cliente es el inicio potencial de una recomendación a un tercero, en caso de ser una recomendación positiva del producto, que resultará en una venta si el interés es correspondido con una propuesta ajustada a las necesidades.

Por ello la fase de mejora continua y de medición de satisfacción del cliente también será una de las funciones del área directiva.

Para lograr obtener la información necesaria se utilizarán encuestas y entrevistas, tanto para clientes iniciales como para aquellos que cuenten con permanencia asociada a una membresía anual.

#### 4.4.2 Estructura y organización talento humano



*Figura 41.* Estructura y Organización Talento Humano



<b>Definición del puesto</b>	<b>Asistente de gerencia/contador</b>
<b>Departamento</b>	<b>Gerencia/Administrativo</b>
<b>Funciones y Tareas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ejecutar tareas contables.</li><li>• Revisión y control de todos los documentos de compra y ventas clientes/empresa.</li><li>• Revisión de Nomina, Balance General y Pagos Tributarios.</li><li>• Planificar reuniones para dar a conocer el estado de resultados y ventas proyectadas.</li><li>• Verificar los informes financieros y firmar los mismos.</li><li>• Control en las cuentas Bancarias</li><li>• Controlar los procesos de compra de suministros</li></ul>
<b>Perfil Requerido</b>	<b>Educación</b> Titulo Superior Universitario
	<b>Formación</b> Titulado en CPA
	<b>Experiencia</b> En el área contable por lo menos 4 años.
	<b>Habilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conocimiento Microsoft Office</li><li>• Conocimiento en las Tecnologías de Contabilidad.</li><li>• Comunicación clara y precisa.</li></ul>

<b>Definición del puesto</b>	<b>Vendedor</b>
<b>Departamento</b>	<b>Comercial</b>
<b>Funciones y Tareas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistematizar los canales de distribución formulados por el jefe.</li><li>• Coordinar entrega de productos.</li><li>• Planificar y organizar un modelo de ventas.</li><li>• Dar a conocer a sus compradores sobre las diversas promociones.</li><li>• Planificar reuniones semanales y mensuales para dar a conocer el movimiento de las ventas.</li></ul>
<b>Perfil Requerido</b>	<b>Educación</b>  Titulo Bachiller  <b>Formación</b>  Conocimiento en el área Administrativa o Marketing  <b>Experiencia</b>  Mínimo 2 ó 3 años de experiencia.  <b>Habilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Facilidad de palabras.</li><li>• Comunicación asertiva.</li><li>• Trabajo bajo presión</li><li>• Lealtad y compromiso.</li></ul>

<b>Definición del puesto</b>	<b>Secretaria / cajera</b>
<b>Departamento</b>	<b>Administrativo</b>
<b>Funciones y Tareas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reportar ingresos y gastos con el departamento contable (caja chica).</li><li>• Atención diaria de los clientes y proveedores.</li><li>• Recepción de correspondencia.</li><li>• Controlar y programar la agenda del jefe.</li><li>• Coordinar con su jefe reuniones semanales y mensuales.</li><li>• Control y despacho de la documentación.</li></ul>
<b>Perfil Requerido</b>	<b>Educación</b>
	Titulo Bachiller
	<b>Formación</b>
	Conocimiento en el área Administrativa y manejo de Utilitarios
	<b>Experiencia</b>
	Mínimo 2 años de experiencia.
	<b>Habilidades</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Facilidad de palabras.</li><li>• Comunicación asertiva.</li><li>• Trabajo bajo presión</li><li>• Lealtad y compromiso en el manejo de documentación de suma importancia</li></ul>

**Definición del puesto****Asesor****Departamento****Técnico****Funciones y Tareas**

- Transmitir aprendizajes y técnicas de producción agrónoma.
- Control y supervisión de los espacios verdes.
- Promover el cuidado de las semillas, fertilización y los programas agrícolas.
- Mejorar las materias primas.
- Coordinar charlas con relación al espacio de su competencia.

**Perfil Requerido****Educación**

Título Universitario

**Formación**

Ingeniero Agrónomo

**Experiencia**

En el área de cultivos, manejo, cuidado de plantas y semillas

**Habilidades**

- Facilidad de palabras.
- Comunicación asertiva, poder de convencimiento.
- Trabajo bajo presión
- Capacidad para entender fenómenos biológicos.
- Atracción por las labores que crecen al aire libre.
- Concentración fundamental en el espacio Urbano.

<b>Definición del puesto</b>	<b>Jardinero</b>
<b>Departamento</b>	<b>Técnico</b>
<b>Funciones y Tareas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pulverizar con productos para proteger las plantas.</li><li>• Eliminación de maleza y basura.</li><li>• Riego y Abono de las plantas.</li><li>• Controlar y programar la agenda del Jefe.</li><li>• Cultivo y diseños de plantas y jardines.</li><li>• Construcción de equipamiento en lo que respecta a maceteros.</li></ul>
<b>Perfil Requerido</b>	<b>Educación</b>
	Titulo Bachiller
	<b>Formación</b>
	Conocimiento en el área de la Agricultura
	<b>Experiencia</b>
	Mínimo 2 años de experiencia.
	<b>Habilidades</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicación asertiva.</li><li>• Trabajo bajo presión.</li><li>• Lealtad y compromiso.</li><li>• Cuidado y conservación de la producción.</li><li>• Manejo en las herramientas y maquinarias.</li></ul>

## **4.5 Estudio Legal**

El Mercado hoy en día, tiene una demanda de exigencias de los consumidores, queriendo adquirir productos orgánicos, libres de pesticidas debido a que en la actualidad este mundo globalizado tenemos alimentos alterados genéticamente que son perjudiciales para la salud. Los resultados de este estudio, nos da una visión 360 para la creación de la microempresa Ginbre que no solo generará un beneficio en particular sino para todo el entorno, donde se desarrollará contribuyendo con las políticas del buen vivir. En el art. 17 (Ley de la Economía popular y solidaria., 2012)

Desde siglos pasados este tipo de organizaciones se necesitó de organismos que intervinieran o que pusieran pautas para de esta manera poder proteger a todos sus miembros que se dediquen a este tipo de emprendimientos.

La estructura Legal de la microempresa, será una entidad de tipo personal con dos personas naturales (socias) y 3 empleados que cumplirán con los pilares fundamentales de las Buenas prácticas agrícolas, bajo una razón social prestando actividades de comercio o servicios, según el código orgánico de la producción, comercio e inversión., 2010.

### **4.5.1 Tipo de empresa**

Ginbre se constituirá por sociedad anónima que está regulada en el art 143. de la Ley de Compañías donde indica:

La sociedad anónima es una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden

únicamente hasta el monto de sus acciones. En la cual tendrá los siguientes requisitos:

### **Nombre y domicilio**

- Tiene un capital dividido en acciones negociables, aportados por los socios, deben estar sujetas a las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.
- Debe contener las palabras “compañía anónima o sociedad anónima, o sus siglas con los términos de que empresa es.
- No se podrá usar para anuncios, persona que no cumpla será sancionada bajo el marco legal y su recaudación será para el Ministerio de salud.

### **Capacidad**

- Se requiere de la capacidad civil para contratar pudiendo ser una persona natural o jurídica.
- Si es extranjera tiene que ser representadas únicamente a favor de sus socios no al portador.

### **Constitución del tipo de empresa**

Ginbre se constituirá mediante una escritura pública que debe constar en el Registro Mercantil donde tenga su domicilio y los siguientes requisitos:

- Operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI.

- Será verificada por parte de la Superintendencia de Compañías y Valores una vez que este con personalidad jurídica y presente balance inicial
- La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, excepto las del sector público.
- Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea.
- La escritura de fundación contendrá la declaración juramentada.
- la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse.
- En las juntas generales para la constitución de la compañía cada suscriptor tendrá derecho a tantos votos.
- La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía las aportaciones pueden ser en dinero o no.
- La compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda del capital aportado.
- Los promotores y fundadores, así como los administradores de la compañía, están obligados a canjear al suscriptor el certificado de depósito bancario. No más con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva.
- Los convenios de promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse, serán aprobados por la Superintendencia de Compañías y Valores para la oferta pública de acciones.
- Los asociados no podrán oponer nulidad a terceros.

## **Cumplimiento de normativas tributarias**

La empresa debe cumplir con ciertos requisitos para conformar la sociedad anónima donde se requiere los siguientes pasos:

- Aprobación de nombre ante la Superintendencia de Compañía.
- Elaboración de minuta de la escritura de constitución y del Nombramiento
- Agencia miento y cierre de Escritura en la Notaría.
- Trámite de aprobación e inscripción de la escritura en el Registro Mercantil con el nombramiento del representante Legal.
- Notificación y obtención en la Superintendencia de compañías de la nómina de accionistas, certificado de cumplimiento de obligaciones y Número de expediente.
- Obtención del Registro Único de Contribuyente ante el SRI
- Elaboración de libro de Acciones y Accionistas y títulos de acciones con sus respectivos talonarios.

### **Así mismo se debe tener:**

- Copia a color de cédula y votación, y/o pasaporte actualizado de los accionistas, (mínimo 2).
- Copia de cédula y votación, y/o pasaporte del representante legal (puede ser uno de los accionistas).
- Distribución del paquete accionario.
- Copia de planilla de servicios básicos con la dirección fiscal.
- Borrador de la actividad principal de la compañía.

- Tres posibles nombres para la compañía (no todo nombre es aceptado).

### **Cumplimiento permisos con organismos nacional y locales**

El Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a control sanitario, a excepción de los establecimientos de servicios de salud, será otorgado sin inspección previa y únicamente con el cumplimiento de los requisitos documentales descritos en el presente Reglamento.

Art. 6.- El Certificado de Permiso de Funcionamiento otorgado a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA y por las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, tendrá vigencia de un año calendario, contado a partir de su fecha de emisión.

Art. 7.- El Certificado de Permiso de Funcionamiento contendrá la información que se detalla a continuación:

- Categoría del establecimiento.
- Código del establecimiento.
- Número del Permiso de Funcionamiento.
- Nombre o razón social del establecimiento.
- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre del responsable técnico, cuando corresponda.
- Actividad del establecimiento.
- Tipo del riesgo.
- Dirección exacta del establecimiento.

- Fecha de expedición.
- Fecha de vencimiento.
- Firma de la autoridad competente.
- La categoría o calificación de empresas, medianas y pequeñas empresas, micro empresas (MIPYMES), se realizará de conformidad con lo señalado en el artículo 53 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

## **Estimación de Impacto Ambiental del proyecto**

Los espacios periurbanos no muestran mayor impacto medioambiental esto nos permite tener sostenibilidad y huella ambiental recuperando los espacios con la agricultura urbana teniendo una cohesión social, reduciendo la producción masiva de desperdicio que se genera y son tirados a la basura, con este proyecto lo que se quiere es invertir tu tiempo libre contribuyendo al medio ambiente y a la salud de las personas.

En la constitución vigente del Ecuador, emite varios artículos sobre la agricultura orgánica que favorece al medio ambiente, permitiendo que los ciudadanos gocen de buena salud y con la certeza de tener una seguridad alimentaria.

En el art. 13 nos indica: “Las personas y colectividades tiene derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado Ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria”.

Contamos con el plan nacional del buen vivir en la cual hace énfasis a la sustentabilidad ambiental que está relacionado con los problemas ambientales a la gestión del aire, agua y suelo, donde es necesario que se implemente una gestión ambiental descentralizada. Cabe indicar que con el paso del tiempo las ciudades del país se convertirán eco-ciudades, en virtud que el implementar un huerto en casa es de gran ayuda para la salud psíquica del individuo.

#### **4.6 Conclusión**

Este capítulo realiza el análisis específico por medio de datos que nos arroja la encuesta, donde nos proporciona información e interpretación de los antecedentes de los futuros consumidores, permitiéndonos conocer un amplio estudio de mercado con sus ofertas y demandas, en donde nos permite llegar a una solución con los métodos de estudios implementados, para la toma de decisiones efectivas y conseguir su óptimo desarrollo en las proporciones de la muestra.

## **Capítulo V**

### **5 Propuesta**

#### **5.1 Título de la propuesta**

“Asesoría y venta de huertos caseros y semillas”

#### **5.2 Autores de la propuesta**

- Helao Veliz Ginger Andrea
- Morla López Brenda Katherine

#### **5.3 Empresa auspiciante**

Ninguna

#### **5.4 Área que cubre la propuesta**

Ciudad de Guayaquil

#### **5.5 Fecha de presentación**

Julio 2020

#### **5.6 Fecha de Terminación**

Julio 2021

#### **5.7 Duración del Proyecto**

6 meses

#### **5.8 Participantes del Proyecto**

- Proveedores de Materia Prima
- Clientes
- Autores de la presente investigación

- Colaboradores de la Microempresa

### **5.9 Objetivo General de la propuesta**

Analizar el costo de inversión en la creación de microempresa en la asesoría y ventas de Huertos Caseros en el Cantón Guayaquil para determinar su prefactibilidad financiera.

### **5.10 Objetivos Específicos**

- Establecer los costos de inversión, ingresos y gastos que llevará el proyecto.
- Elaborar un estudio financiero de los kits que proveerá “Ginbre”.
- Determinar el punto de equilibrio para conocer cuándo se obtendrá más ganancias para la empresa.
- Identificar el tiempo de retorno de la inversión aplicada.

### **5.11 Beneficiarios directos**

Autores del proyecto, familias del sector de las Orquídeas, al norte de la ciudad de Guayaquil.

### **5.12 Beneficiarios Indirectos**

Proveedores y consumidores fuera del sector de la ciudad.

### **5.13 Impacto de la propuesta**

Tiene como propósito de crear la microempresa que brinde la asesoría y comercialización de Huertos caseros que ayuden y mejoren al estilo de vida de la ciudadanía; promoviendo el aprendizaje continuo en las familias y sus alrededores de

una manera oportuna y eficiente a través del cultivo de alimentos orgánicos. Mayor consumo de alimentos libres de pesticidas y compuesto químicos lo que a su vez genere un ingreso para los propietarios de “Organika Garden Ginbre”.

#### **5.14 Descripción de la propuesta**

Con la creación de esta microempresa se pretende poner en valor y conocimiento de que son los Huertos caseros, debido que se encuentra en boga y se está implantando con más intensidad en la ciudad de Guayaquil por las diversas funciones que se presentan, tanto en escuelas, hogares y cursos a la comunidad donde intentamos introducir conocimientos, beneficios, despejando dudas de como tener un huerto y su cuidado, contribuyendo a la sostenibilidad del medio natural y con una mejora al paisaje urbano.

Ginbre en la propuesta de negocio desea fomentar el uso de espacios públicos para los ciudadanos, garantizando la administración de nuestra empresa en sus comunidades donde se incentive el uso y la actividad de un huerto la cual conecte entre sí a las actividades de carácter social, lúdicas y educativas, que le permita ejercer funciones como huertos, zona verde y terapéuticas.

Este proyecto tiene como finalidad dedicarse a la venta y asesoría de Huertos caseros que aporten al desarrollo económico y sustentable en la ciudad de Guayaquil, iniciando en una de las ciudadelas del norte de la ciudad con la propósito de crecer en toda la región de la provincia del Guayas.

Como hemos detallado en un preámbulo, buscamos el autoconsumo de los productos que ofrecemos a fin de concientizar los beneficios del tener un Huerto en casa; su valor con el medio ambiente y la salud.

Para establecer si la empresa será rentable o no es necesario tener un plan de financiamiento y un plan de etapas, donde se le dará un seguimiento y evaluación con planes de acción y contingencia para evitar pérdidas, donde se determinará la inversión, costos, gastos que generen, estableciendo un precio justo para lograr el ganar-ganar.

Se calculará mediante fórmulas estadísticas el punto de equilibrio para la compra y producción necesaria tanto para la oferta y la demanda de nuestros clientes y empresa, con los indicadores que obtengamos nos determinara hacia dónde va encaminando la empresa utilizando todos los recursos estratégicos para estar conscientes de la recuperación de nuestra inversión.

## Descripción de los productos para comercializar en la propuesta

Tabla 33

### *Descripción de los productos*

<b>Producto</b>	<b>Cajones, kit completo de cultivo para huertos caseros</b>	
<b>Áreas</b>	<p>Patios, terrazas, condominios, Balcones, espacios reducidos.</p> <p>Esto a su vez puedes realizar tu propio cultivo y estar al tanto</p>	
<b>Características</b>	<p>Diseños que te permitirán tener un huerto en tu propia casa con el fin de consumir tus propios alimentos y puedas ofertar tus propios excedentes</p>	
<b>KITS</b>	<p>Kit de plantas (medicinal, ornamental, vegetales).</p> <p>kit de iniciación.</p> <p>kit de semillas.</p>	<p>\$ 30.42</p> <p>\$ 44.42</p> <p>\$ 37.92</p>

### 5.14.1 Ingresos

Los ingresos programados en este trabajo tienen como un período de 5 años, basándonos en las ventas de nuestros productos, tomándose en consideración para el cálculo de los ingresos de los productos se puede apreciar desde el primer año obtendremos \$146,300.00 proyectándonos a un crecimiento del 17 % anual.

Tabla 34

#### *Proyección de Ingresos*

<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS</b>					
<b>(EN USD)</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Kit de plantas (medicinal, ornamental, Vegetales)	2900	3132	3383	3653	3945
PVP PRODUCTO 1	15	\$ 16.20	\$ 17.50	\$ 18.90	\$ 20.41
INGRESO PRODUCTO 1	43500	\$ 50,738.40	\$ 59,181.27	\$ 69,029.03	\$ 80,515.46
Kit de Iniciación (semilla, tierra, cajón)	2900	3132	3383	3653	3945
PVP PRODUCTO 2	25	\$ 27.00	\$ 29.16	\$ 31.49	\$ 34.01
INGRESO PRODUCTO 2	72500	\$ 84,564.00	\$ 98,635.45	\$ 115,048.39	\$ 134,192.44
Kit de Semillas	3030	3272	3534	3817	4122
PVP PRODUCTO 3	10	\$ 10.80	\$ 11.66	\$ 12.60	\$ 13.60
INGRESO PRODUCTO 3	30300	\$ 35,341.92	\$ 41,222.82	\$ 48,082.29	\$ 56,083.19
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>\$ 146,300.00</b>	<b>\$ 170,644.32</b>	<b>\$ 199,039.53</b>	<b>\$ 232,159.71</b>	<b>\$ 270,791.09</b>

### 5.14.2 Costos de Materiales Directos

Los costos de materiales directos son todos aquellos materiales que utilizaremos para llegar al producto final es decir en cuanto todo lo que tenga que ver con la adquisición de materia prima y los gastos que nos genere el proyecto como derechos, impuestos y entre uno de ellos nos hacen referencia al salario anual de los colaboradores de la empresa como: jardinero, vendedor que trabajan en equipo con los costos directos de fabricación y los insumos que se requieren para los huertos.

En el siguiente cuadro se puede apreciar los costos desde el primer año de operación apreciando a futuros valores variables de acuerdo a la tasa de inflación anual que en este caso es del 3.22%.

Tabla 35

*Materiales Directos*

<b>COSTOS VARIABLES</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
MOD	\$ 9,600.00	\$ 9,909.12	\$ 10,228.19	\$ 10,557.54	\$ 10,897.49
MPD	\$ 13,200.00	\$ 13,625.04	\$ 14,063.77	\$ 14,516.62	\$ 14,984.05
MOI	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CIF V	\$ 13,708.37	\$ 14,149.78	\$ 14,605.40	\$ 15,075.69	\$ 15,561.13
<b>TOTAL ANUAL</b>	\$ 36,508.37	\$ 37,683.94	\$ 38,897.36	\$ 40,149.85	\$ 41,442.68
<b>TOTAL MENSUAL</b>	\$ 3,042.36	\$ 3,140.33	\$ 3,241.45	\$ 3,345.82	\$ 3,453.56

**5.14.3 Préstamos del proyecto**

El Proyecto tiene como inversión el monto de \$26.657.00 que nos representa el 63.06%, préstamo que se realizara al Banco BAN ECUADOR y el 36.94% corresponde al capital propio, en la siguiente tabla de amortización podemos apreciar los valores a cancelar mensualmente con la tasa de interés del 10.21%, en un plazo de 2 años.

Tabla 36

*Proyección de Amortización*

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>No.</b>	<b>CAPITAL INSOLUTO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>
1	\$ 26,657.00	\$ 202.37	\$ 1,219.16	\$ 1,016.79
2	\$ 25,640.21	\$ 194.65	\$ 1,219.16	\$ 1,024.51
3	\$ 24,615.69	\$ 186.87	\$ 1,219.16	\$ 1,032.29
4	\$ 23,583.40	\$ 179.03	\$ 1,219.16	\$ 1,040.13
5	\$ 22,543.27	\$ 171.14	\$ 1,219.16	\$ 1,048.02
6	\$ 21,495.25	\$ 163.18	\$ 1,219.16	\$ 1,055.98
7	\$ 20,439.27	\$ 155.17	\$ 1,219.16	\$ 1,064.00
8	\$ 19,375.27	\$ 147.09	\$ 1,219.16	\$ 1,072.07
9	\$ 18,303.20	\$ 138.95	\$ 1,219.16	\$ 1,080.21
10	\$ 17,222.99	\$ 130.75	\$ 1,219.16	\$ 1,088.41
11	\$ 16,134.57	\$ 122.49	\$ 1,219.16	\$ 1,096.68
12	\$ 15,037.90	\$ 114.16	\$ 1,219.16	\$ 1,105.00
13	\$ 13,932.89	\$ 105.77	\$ 1,219.16	\$ 1,113.39
14	\$ 12,819.50	\$ 97.32	\$ 1,219.16	\$ 1,121.84
15	\$ 11,697.66	\$ 88.80	\$ 1,219.16	\$ 1,130.36
16	\$ 10,567.30	\$ 80.22	\$ 1,219.16	\$ 1,138.94
17	\$ 9,428.36	\$ 71.58	\$ 1,219.16	\$ 1,147.59
18	\$ 8,280.78	\$ 62.86	\$ 1,219.16	\$ 1,156.30
19	\$ 7,124.48	\$ 54.09	\$ 1,219.16	\$ 1,165.08
20	\$ 5,959.40	\$ 45.24	\$ 1,219.16	\$ 1,173.92
21	\$ 4,785.48	\$ 36.33	\$ 1,219.16	\$ 1,182.83
22	\$ 3,602.65	\$ 27.35	\$ 1,219.16	\$ 1,191.81
23	\$ 2,410.84	\$ 18.30	\$ 1,219.16	\$ 1,200.86
24	\$ 1,209.98	\$ 9.19	\$ 1,219.16	\$ 1,209.98
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2,602.89</b>	<b>\$ 29,259.89</b>	<b>\$ 26,657.00</b>

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>
PROPIA	36.94%
DONACIÓN	0.00%
PRÉSTAMO	63.06%
<b>TOTAL</b>	<b>100.00%</b>

#### **5.14.4 Estados Financieros**

El siguiente estado financiero nos determina la operación económica de la empresa, con cada detalle de los indicadores nos permite entender los ingresos y egresos que se realizan con las transacciones comerciales para establecer el margen de pérdidas y ganancias de la microempresa.

El estado de resultados está proyectado a 5 años, teniendo una venta inicial de \$146.300,00 de la cual nos representara una utilidad de \$46.566,88, obtendremos el crecimiento de la utilidad en un 28.92% en comparación del primer año de ventas.

Tabla 37

*Estado Situación Financiera Proyectado*

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO</b>						
<b>PROYECTO DE PREFACTILIDAD HUERTOS CASEROS</b>						
<b>Descripción</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Activo</b>	\$ 44,269.50	\$ 84,112.27	\$ 136,405.47	\$ 219,947.76	\$ 324,184.45	\$ 451,738.03
<b>Corriente</b>	\$ 15,612.50	\$ 61,093.30	\$ 119,024.53	\$ 208,204.86	\$ 316,746.25	\$ 448,604.53
Caja/bancos	\$ 15,612.50	\$ 61,093.30	\$ 119,024.53	\$ 208,204.86	\$ 316,746.25	\$ 448,604.53
<b>Fijo</b>	\$ 28,157.00	\$ 22,518.97	\$ 16,880.93	\$ 11,242.90	\$ 6,938.20	\$ 2,633.50
Vehículo	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
Dep. Ac. Vehículo		-\$ 4,000.00	-\$ 8,000.00	-\$ 12,000.00	-\$ 16,000.00	-\$ 20,000.00
Herramientas	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Dep. Ac. Herramientas		-\$ 10.00	-\$ 20.00	-\$ 30.00	-\$ 40.00	-\$ 50.00
Equipos de computación	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Dep. Ac. Equipos de computación		-\$ 1,333.33	-\$ 2,666.67	-\$ 4,000.00	-\$ 4,000.00	-\$ 4,000.00
Equipos de oficina	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00
Dep. Ac. Equipos de oficina		-\$ 116.00	-\$ 232.00	-\$ 348.00	-\$ 464.00	-\$ 580.00
Muebles y enseres	\$ 1,787.00	\$ 1,787.00	\$ 1,787.00	\$ 1,787.00	\$ 1,787.00	\$ 1,787.00
Dep. Ac. Muebles y enseres		-\$ 178.70	-\$ 357.40	-\$ 536.10	-\$ 714.80	-\$ 893.50
<b>Diferido</b>	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
Gasto de constitución	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
<b>Pasivo</b>	\$ 26,657.00	\$ 13,932.89	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00
Pasivo a largo plazo	\$ 26,657.00	\$ 13,932.89	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00
Préstamo a largo plazo	\$ 26,657.00	\$ 13,932.89	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00
<b>Patrimonio</b>	\$ 15,612.50	\$ 62,179.38	\$ 122,212.27	\$ 199,361.94	\$ 297,000.17	\$ 417,742.81
Capital social	\$ 15,612.50	\$ 15,612.50	\$ 15,612.50	\$ 15,612.50	\$ 15,612.50	\$ 15,612.50
Utilidad retenida			\$ 46,566.88	\$ 106,599.77	\$ 183,749.45	\$ 281,387.67
Utilidad del ejercicio		\$ 46,566.88	\$ 60,032.89	\$ 77,149.68	\$ 97,638.22	\$ 120,742.65
<b>Pasivo y patrimonio</b>	\$ 42,269.50	\$ 76,112.27	\$ 122,212.27	\$ 199,361.94	\$ 297,000.17	\$ 417,742.81

Tabla 38

*Estado de Resultados*

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
PROYECTO DE PREFACTILIDAD HUERTOS CASEROS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos operativos</b>	\$ 146,300.00	\$ 170,644.32	\$ 199,039.53	\$ 232,159.71	\$ 270,791.09
Ventas	\$ 146,300.00	\$ 170,644.32	\$ 199,039.53	\$ 232,159.71	\$ 270,791.09
<b>Gastos operativos</b>	<b>\$ 71,348.07</b>	<b>\$ 75,778.03</b>	<b>\$ 78,020.44</b>	<b>\$ 79,001.72</b>	<b>\$ 81,390.86</b>
Gasto sueldos y salarios	\$ 40,998.80	\$ 44,538.19	\$ 45,972.32	\$ 47,452.63	\$ 48,980.60
Gasto servicios básicos	\$ 3,600.00	\$ 3,715.92	\$ 3,835.57	\$ 3,959.08	\$ 4,086.56
Gasto insumos	\$ 2,106.00	\$ 2,173.81	\$ 2,243.81	\$ 2,316.06	\$ 2,390.64
Gasto de adecuaciones	\$ 4,000.00	\$ 4,128.80	\$ 4,261.75	\$ 4,398.98	\$ 4,540.62
Gasto de arriendo	\$ 4,800.00	\$ 4,954.56	\$ 5,114.10	\$ 5,278.77	\$ 5,448.75
Gasto publicidad	\$ 600.00	\$ 619.32	\$ 639.26	\$ 659.85	\$ 681.09
Otros gastos	\$ 6,000.00	\$ 6,193.20	\$ 6,392.62	\$ 6,598.46	\$ 6,810.93
Gastos imprevistos	\$ 3,105.24	\$ 3,316.19	\$ 3,422.97	\$ 3,533.19	\$ 3,646.96
Gasto depreciación	\$ 5,638.03	\$ 5,638.03	\$ 5,638.03	\$ 4,304.70	\$ 4,304.70
Gasto amortización	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
<b>Utilidad/pérdida operativa</b>	<b>\$ 74,951.93</b>	<b>\$ 94,866.29</b>	<b>\$ 121,019.10</b>	<b>\$ 153,158.00</b>	<b>\$ 189,400.23</b>
Gasto financiero	\$ 1,905.84	\$ 697.05	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Utilidad/pérdida bruta</b>	<b>\$ 73,046.09</b>	<b>\$ 94,169.24</b>	<b>\$ 121,019.10</b>	<b>\$ 153,158.00</b>	<b>\$ 189,400.23</b>
15% empleados	\$ 10,956.91	\$ 14,125.39	\$ 18,152.86	\$ 22,973.70	\$ 28,410.03
Impuesto a la renta 25%	\$ 15,522.29	\$ 20,010.96	\$ 25,716.56	\$ 32,546.07	\$ 40,247.55
<b>Utilidad/pérdida del ejercicio</b>	<b>\$ 46,566.88</b>	<b>\$ 60,032.89</b>	<b>\$ 77,149.68</b>	<b>\$ 97,638.22</b>	<b>\$ 120,742.65</b>

**5.14.5 Flujo de Caja**

Nos informa sobre las salidas y entradas del efectivo del proyecto con este nos facilita tener información exacta sobre la capacidad para poder pagar nuestras deudas y revisar como herramienta el nivel de liquidez de la misma. En esta tabla se reflejará el flujo positivo de los ingresos sobre la inversión del primer año de \$ 17,612.50 apreciando que los años posteriores habrá un crecimiento que nos permitirá reinventarnos en el negocio y tener más rentabilidad en inversiones futuras.

Tabla 39

*Flujos de fondos proyectados*

<b>FLUJO DE FONDOS PROYECTADO</b>						
<b>PROYECTO DE PREFACTILIDAD HUERTOS CASEROS</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>FUENTES</b>	<b>\$ 26,657.00</b>	<b>\$ 146,300.00</b>	<b>\$ 170,644.32</b>	<b>\$ 199,039.53</b>	<b>\$ 232,159.71</b>	<b>\$ 270,791.09</b>
Ventas		\$ 146,300.00	\$ 170,644.32	\$ 199,039.53	\$ 232,159.71	\$ 270,791.09
Aporte de capital						
Préstamo	\$ 26,657.00					
<b>Usos</b>	<b>\$ 44,269.50</b>	<b>\$ 100,819.19</b>	<b>\$ 112,713.09</b>	<b>\$ 109,859.20</b>	<b>\$ 123,618.33</b>	<b>\$ 138,932.81</b>
<b>Para inversión</b>	<b>\$ 44,269.50</b>	<b>\$ 000.00</b>				
Capital de trabajo	\$ 15,612.50	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00
Activo fijo	\$ 28,157.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00
Activo diferido	\$ 500.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00
Otros activos	\$ 0.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00	\$ 000.00
<b>Para costos y gastos</b>		<b>\$ 100,819.19</b>	<b>\$ 112,713.09</b>	<b>\$ 109,859.20</b>	<b>\$ 123,618.33</b>	<b>\$ 138,932.81</b>
Gasto sueldos y salarios		\$ 40,998.80	\$ 44,538.19	\$ 45,972.32	\$ 47,452.63	\$ 48,980.60
Gasto servicios básicos		\$ 3,600.00	\$ 3,715.92	\$ 3,835.57	\$ 3,959.08	\$ 4,086.56
Gasto insumos		\$ 2,106.00	\$ 2,173.81	\$ 2,243.81	\$ 2,316.06	\$ 2,390.64
Gasto de adecuaciones		\$ 4,000.00	\$ 4,128.80	\$ 4,261.75	\$ 4,398.98	\$ 4,540.62
Gasto de arriendo		\$ 4,800.00	\$ 4,954.56	\$ 5,114.10	\$ 5,278.77	\$ 5,448.75
Gasto publicidad		\$ 600.00	\$ 619.32	\$ 639.26	\$ 659.85	\$ 681.09
Gasto amortización		\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
Gastos imprevistos		\$ 3,105.24	\$ 3,316.19	\$ 3,422.97	\$ 3,533.19	\$ 3,646.96
Gasto financiero		\$ 1,905.84	\$ 697.05	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
15% empleados		\$ 10,956.91	\$ 14,125.39	\$ 18,152.86	\$ 22,973.70	\$ 28,410.03
Impuesto a la renta 25%		\$ 15,522.29	\$ 20,010.96	\$ 25,716.56	\$ 32,546.07	\$ 40,247.55
Pago de capital préstamo		\$ 12,724.11	\$ 13,932.89	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Flujo neto</b>	<b>\$ 17,612.50</b>	<b>\$ 45,480.81</b>	<b>\$ 57,931.23</b>	<b>\$ 89,180.33</b>	<b>\$ 108,541.39</b>	<b>\$ 131,858.28</b>
Flujo de préstamo	-\$ 26,657.00	\$ 30,850.86	\$ 43,301.29	\$ 89,180.33	\$ 108,541.39	\$ 131,858.28
<b>Flujo proyectado</b>	<b>-\$ 44,269.50</b>	<b>\$ 45,480.81</b>	<b>\$ 57,931.23</b>	<b>\$ 89,180.33</b>	<b>\$ 108,541.39</b>	<b>\$ 131,858.28</b>
Flujo de inversionista	\$ 0.00	\$ 45,480.81	\$ 57,931.23	\$ 89,180.33	\$ 108,541.39	\$ 131,858.28

### 5.14.6 Evaluación Económica

La presente evaluación económica nos permite elaborar un análisis financiero para la toma de decisiones, en medir y maximizar la utilidad de la empresa, con todo lo que incluye gastos, inversión, insumos que se dan, para encontrar el punto de equilibrio donde se podrá balancear las pérdidas y ganancias en la producción de la compañía.

Tabla 40

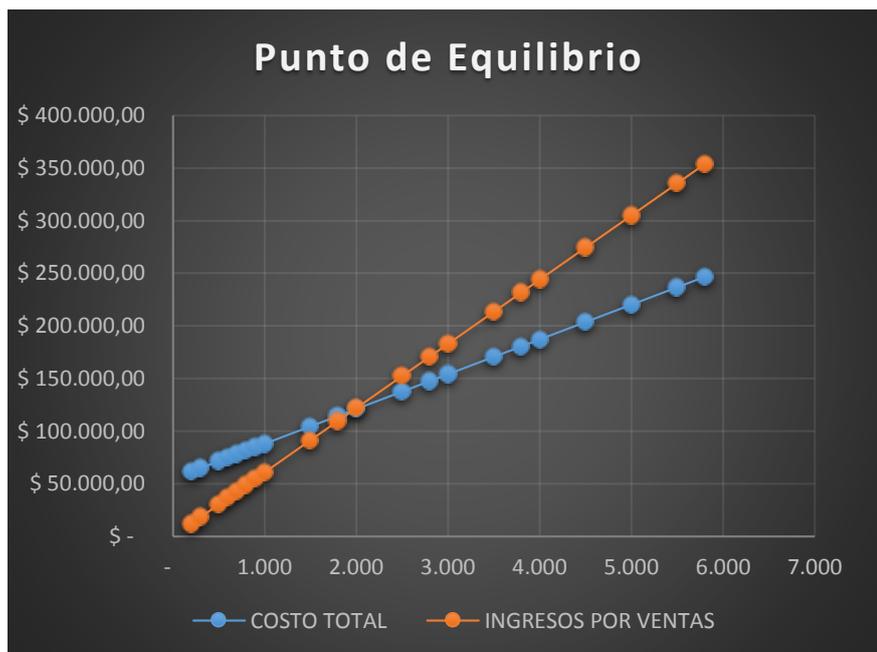
#### *Flujo de Fondos proyectados*

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO						
PROYECTO DE PREFACTILIDAD HUERTOS CASEROS						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Desventaja						
Ventaja						
Valor Residual						
Flujo neto	-\$ 44,269.50	\$ 45,480.81	\$ 57,931.23	\$ 89,180.33	\$ 108,541.39	\$ 131,858.28
Flujo actualizado	-\$ 44,269.50	\$ 41,838.05	\$ 49,022.93	\$ 69,422.27	\$ 77,726.36	\$ 86,860.76
		<b>VAN</b>				<b>\$ 280,600.86</b>

Tabla 41

#### *Punto de Equilibrio*

PUNTO DE EQUILIBRIO						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Precio de Venta	\$ 61.00	\$ 65.88	\$ 71.15	\$ 76.84	\$ 82.99	
(-) Costo Variable	\$ 33.06	\$ 34.12	\$ 35.22	\$ 36.36	\$ 37.53	
(=) Contribución marginal	\$ 27.94	\$ 31.76	\$ 35.93	\$ 40.48	\$ 45.46	
Costos fijos	\$ 54,954.14	\$ 55,453.50	\$ 56,519.61	\$ 58,339.54	\$ 60,218.08	
PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL UND	\$ 1,966.86	\$ 1,746.27	\$ 1,573.18	\$ 1,441.02	\$ 1,324.59	
PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL UND	\$ 163.91	\$ 145.52	\$ 131.10	\$ 120.08	\$ 110.38	
PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL \$	\$ 119,978.62	\$ 115,044.03	\$ 111,932.16	\$ 110,731.47	\$ 109,927.72	
PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL \$	\$ 9,998.22	\$ 9,587.00	\$ 9,327.68	\$ 9,227.62	\$ 9,160.64	



*Figura 42.* Punto de equilibrio de GinBre

A través de los cálculos realizados para que no se presenten pérdidas, debemos producir como mínimo 2000 unidades mensuales que nos representara de los varios productos que ofrece Ginbre, que nos permitirá obtener un ingreso anual de \$119,978.62 la cual debe mantener el efectivo para no causar perdida por lo cual se debe superar las unidades para no tener pérdidas.

#### **5.14.7 Evaluación Financiera**

El fin de este ítem es evaluar y valorar las ganancias o pérdidas de un negocio o proyecto durante el lapso de un tiempo determinado, en la cual se permite identificar, valores y comparar entre sí todos los costó y beneficios a fin de tomar buenas decisiones al momento de invertir.

Esta herramienta, nos da un pronóstico de lo proyectado y de cuán rentable es su inversión, con una tasa de inflación del 8.71% mismo que nos ayudara a determinar si el proyecto es viable y accesible.

Tabla 42

*Evaluación Financiera-Cálculo*

Tasa de Descuento	8.71%			
N°	FNE	(1+I)^		
0	\$ -44,269.50	100%	\$	-44,269.50
1	\$ 45,480.81	1,0871	\$	41,838.05
2	\$ 57,931.23	1,1817	\$	49,022.93
3	\$ 89,180.33	1,2846	\$	69,422.27
4	\$ 108,541.39	1,3965	\$	77,726.36
5	\$ 131,858.28	1,5180	\$	86,860.76
		<b>VAN</b>	<b>\$</b>	<b>280,600.86</b>
		<b>TIR</b>		<b>129.27%</b>

**5.14.8 Relación Beneficio-Costo**

Para estar seguros de que nuestros productos serán vendidos en su mayor éxito se aplicara la siguiente formula en relación del costo beneficio como se detalla a continuación.

$$RBC = \frac{\text{Sistema de flujos}}{\text{Costo Inversión Inicial}}$$

Tabla 43

*Relación beneficio-costo*

<b>RBC</b>					
Tasa de Descuento	8.71%				
N°	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS		
0	\$ -44,269.50				
1		\$ 146,300.00	\$ 73,253.91	\$	73,046.09
2		\$ 170,644.32	\$ 76,475.08	\$	94,169.24
3		\$ 199,039.53	\$ 78,020.44	\$	121,019.10
4		\$ 232,159.71	\$ 79,001.72	\$	153,158.00
5		\$ 270,791.09	\$ 81,390.86	\$	189,400.23
		Ingresos	\$	778,558.95	
		Costo	\$	303,025.48	
		Costos + Inversión	\$	258,755.99	
		<b>RBC</b>	<b>\$</b>		<b>3.01</b>

Podemos decir en este recuadro que el costo-beneficio es valorar en su momento específico en el tiempo, el costo de una medida específica es mayor en relación a los beneficios procedentes de la misma. El costo beneficio nos permite cual decisión es las más apropiada en términos económicos por lo tanto nuestro proyecto es rentable ya que nos representa en el % 3.01.

#### 5.14.9 Tiempo de Recuperación de la Inversión

Para determinar el tiempo de recuperación de la inversión del proyecto hay que realizar una fórmula estadística que nos permite observar el tiempo real.

Tabla 44

<i>Tiempo de Recuperación de la Inversión</i>					
<b>PayBak / Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Inversión inicial	\$44,269.50				
Flujo de caja	\$45,480.81	\$57,931.23	\$89,180.33	\$108,541.39	\$131,858.28
Flujo de caja acumulada		\$103,412.04	\$192,592.37	\$301,133.76	\$432,992.04
Periodo de recuperación	-\$59,142.54	-0,66			
Rbc	2.34 Años	2 años 34 meses			

El resultado muestra el tiempo de recuperación será de 2 años 34 meses.

#### 5.14.10 Análisis de Sensibilidad

En este escenario exponemos las diferentes etapas del desarrollo del proyecto, calcularemos la demanda de nuestros productos incrementan o decaen con los datos proporcionados del flujo de caja y el VAN intercambiando las variables de pesimista, moderado optimista para así obtener las mejores estimaciones sobre el proyecto.

Tabla 45

*Análisis de Sensibilidad*

ESCENARIOS							
PESIMISTA 4%		MODERADO 8%		OPTIMISTA 12%			
<b>TIR</b>		43.18%	<b>TIR</b>	57.42%	<b>TIR</b>	69.59%	
<b>VAN</b>	\$	93,795.01	<b>VAN</b>	\$	156,059.95	<b>VAN</b>	\$ 223,298.49
<b>RBC</b>	\$	1.34	<b>RBC</b>	\$	1.45	<b>RBC</b>	\$ 1.57

**5.15 Importancia**

Este proyecto tiene importancia por contar con los beneficios que generara para los clientes y compañía, siendo una fuente de empleo, educación ambiental, motivando al desarrollo de la economía familiar, capacitación-información con los avances tecnológicos para satisfacer las expectativas tanto del cliente como de la compañía.

Ginbre espera estar en constante crecimiento y desarrollo para producir a la economía del país aportando con productos de excelente calidad que cumplan con las expectativas requeridas.

**5.16 Metas del Proyecto**

Ser una empresa rentable que genere ingresos, ayudando a la ciudadanía con recursos sustentables obteniendo un alto estilo de vida saludable, como empresa posesionarnos en el mercado y esta a su vez nos permita promover fuentes de empleo brindando capacitación oportuna a nuestro personal, para que se sientan capaces y seguros, desarrollando profesionalismo

### **5.17 Finalidad de la propuesta**

Nuestro fin, es brindar una mejor calidad de vida a través de la venta de plantas y semillas en la cual se desarrolla una planta, la misma que brinda grandes propiedades curativas no solo para el organismo del ser humano sino es una fuente de vida ayudando a su psiquis. Cumpliendo con nuestros clientes no solo en venta sino también asesorando a que elijan una mejor planta para que se sienta a gusto en volver a obtener nuestros servicios de asesoría y venta, de esa manera se contribuye a la economía.

### **5.18 Conclusión**

La valoración económica financiera, obtuvo como resultado un valor positivo para la implantación de la microempresa, en donde se observa el VAN, es mayor a 0 con un valor de \$223,298.49 y el TIR es de 69.59%, lo que significa que el proyecto es altamente rentable, recuperando su tiempo de 2 años y 4 meses, asegurando liquidez y desarrollo empresarial. Por lo que se sugiere la viabilidad para el funcionamiento de este negocio considerando sus altos rubros de ganancia

## Referencias

(2020). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/analisis/>:

<https://conceptodefinicion.de/analisis/>

AriadnaCi. (17 de junio de 2016). *ClubEnsayos*. Obtenido de

<https://www.clubensayos.com/Negocios/Conceptos-de-una-evaluaci%C3%B3n-de-viabilidad-financiera/3452852.html>

Arias, F. G. (2012). *El proyecto de Investigación-Introducción a la metodología científica*. Caracas: EPISTEME C.A.

Asenjo, A. (2014). *Academia*. Obtenido de Origen del Catering:

[https://www.academia.edu/9104769/ORIGEN\\_DEL\\_CATERING?auto=download](https://www.academia.edu/9104769/ORIGEN_DEL_CATERING?auto=download)

Ayala, L. E. (2015). *Gerencia de Mercadeo*. Obtenido de El Análisis PEST:

<http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>

Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6ta edición ed.). Mc Graw Hill.

Banrepcultural. (2017). *Red Cultural del Banco de la República en Colombia*.

Obtenido de Competencias del mercado:

[http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Competencias\\_del\\_mercado](http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Competencias_del_mercado)

Benjamín Franklin, E. (1998). *Organización de empresas*. México, D.F.:

McGRAW-HILL.

Bernal , C. A. (2006). *Metodología de la Investigación* 2da edición. Pearson.

- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* . Colombia : Pearson Educación .
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación, Tercera edición*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Bolten, S. (1994, Pág. 185-186). *Administración Financiera*. México: Limusa, 6ta Edición.
- Catie. (2003). CATIE, et al.
- Ceballos, F. (2016). *Universidad Pedro de Valdivia*. Obtenido de Outsourcing, outplacement y benchmarking:  
<http://www.ulasalle.edu.bo/es/images/ulasalle/postgrado/geastioncapitalhumano2016/modulo10/Diapositivas-de-Clases.pdf>
- CEF, C. d. (2020). *CEF*. Obtenido de ¿Cuáles son las principales obligaciones del contribuyente?: <https://www.fiscal-impuestos.com/cuales-son-principales-obligaciones-contribuyente.html>
- científicos, C. e. (1998). <https://files.sld.cu/issf/files/2009/02/curso-metodologia.pdf>.  
Obtenido de <https://files.sld.cu/issf/files/2009/02/curso-metodologia.pdf>
- Cohen, M. &. (2015). *Estadística aplicada a la Investigación Científica*.
- Conti, M. E. (2000). *Dinámica de la Liberación y Fijación de Potasio en el suelo. Informaciones Agronómicas del Cono Sur. INPOFOS*, 1. Obtenido de [http://lacs.ipni.net/ipniweb/region/lacs.nsf/0/C2645DDD711C34D303257967007D6ED5/\\$FILE/AA%204.pdf](http://lacs.ipni.net/ipniweb/region/lacs.nsf/0/C2645DDD711C34D303257967007D6ED5/$FILE/AA%204.pdf)

Cordoba, M. (2011). FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS.

España: ECOE.

Corvo, H. S. (2019). *Lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/estudio-de-prefactibilidad/>

Daft, R. L. (2011, Pág. 11). *Diseño y Teoría Organizacional* . México, D.F.:

CENGAGE Learnig.

D'Angelo, S. (2008). *Población y Muestra*. Obtenido de U.N.N.E.; U.C.P.:

[https://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20\(Lic%20DAngelo\).pdf](https://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20(Lic%20DAngelo).pdf)

*DefiniciónABC*. (09 de 2020). Obtenido de [www.definicionabc.com](http://www.definicionabc.com)

Diaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., Ruíz, V., & Margarita.

(2013). La entrevista . *La entrevista, recurso flexible y dinámico*, 163.

Dobson. (1997, p.144).

Druncker. (2010). La gestión del marketing, producción y calidad en las Pymes.

Edwin Santiago Vélez Salazar, O. F. (2020).

[http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/15548/1/VelezEdwin\\_20\\_20\\_ViabilidadEmpresaMobiliario.pdf](http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/15548/1/VelezEdwin_20_20_ViabilidadEmpresaMobiliario.pdf). Obtenido de [http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/15548/1/VelezEdwin\\_20\\_20\\_ViabilidadEmpresaMobiliario.pdf](http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/15548/1/VelezEdwin_20_20_ViabilidadEmpresaMobiliario.pdf)

Egg, A. (1992).

Epicuro. (29 de Septiembre de 2013). *La Revista* . Obtenido de Restauración y

‘catering’: Breve historia:

<http://www.larevista.ec/gastronomia/epicuro/restauracion-y-catering-breve-historia>

Escobar Callejas, P. H., & Bilbao Ramírez, J. L. (2018). *Guía Metodológica para la Investigación Científica*.

Espinoza Freire, E., & Toscano Ruíz, D. (2015). *Metodología de Investigación Educativa y Técnica*. Machala: UTMACH.

FAO, O. d. (2007). *Fortalecimiento de los sistemas nacionales de control de los alimentos - Directrices para evaluar las necesidades de fortalecimiento de la capacidad*.

Félix Herrán, J., Sañudo Torres, R., & Rojo Martínez, G. (2008). Importancia de los Abonos Orgánicos. *Ra Ximhai*, 58.

Fernández, C., Hernández, R., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* 5ta edición.

Fernández, C., Hernández, R., & Batista, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación* 5ta edición. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo\\_Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo_Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)

- Fernández, S. (2007). Los proyectos de inversión: evaluación financiera. En S. Fernández. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Fisher, E. J.-L. (2005, Pág. 84). *Mercadotecnia*. Mc Graw Hill - Interamericana.
- Galmés, M. A. (3 de Diciembre de 2010). *Universidad de Málaga Tesis Doctoral*.  
Obtenido de La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing: <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>
- García Muñoz, T. (1981).  
[http://www.univsantana.com/sociologia/El\\_Cuestionario.pdf](http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf). Obtenido de EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN / EVALUACIÓN :  
[http://www.univsantana.com/sociologia/El\\_Cuestionario.pdf](http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf)
- García, I. (2017). Definición de viabilidad.  
<https://www.economiasimple.net/glosario/viabilidad>.
- García, I. L. (17 de Agosto de 2011). Obtenido de <http://metodologiainvestigacionivanlg.blogspot.com/2011/08/definicion-del-alcance-de-la.html>
- García, J., Ramos , C., & Ruíz, G. (2009). Estadística empresarial de de2009 pag 6. UCA Cniversidad de Cádiz.
- García, P. (2006). Introducción a la investigación bioantropológica en actividad física, deporte y salud.

Gestiopolis. (s.f.). <https://www.gestiopolis.com/administracion-financiera-y-analisis-financiero-para-la-toma-de-decisiones/>. *Gestiopolis*.

González Ramos, A. D.-C. (2017). Viabilidad técnica, financiera, social y de mercado de un sistema de acceso por huella dactilar basado en un metodología mixta. *Revista de Desarrollo Económico*, 60.

González, G. (7 de mayo de 2020). *lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/fuentes-primarias/>: <https://www.lifeder.com/fuentes-primarias/>

González, H. D. (2016). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Eco Ediciones .

Grant, R. (2004). Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones. Thomson Civitas.

Hernández Sampiere, R., Fernández, C.-C., & Pilar Baptista, L. (1991). *Metodología de la Investigación 4ta Edición*. México: Mcgraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2007). Fundamentos de metodología de la investigación. Mc Graw Hill.

<https://concepto.de/suelo/>. (s.f.). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/suelo/>

Hurtado, I., & Toro, J. (2007). Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. Los libros El Nacional.

IICA-SENARA-BCIE. (2003). *Propuesta para la aplicación de Asistencia Financiera para formular un programa de Gestión, conservación y Manejo*

*sostenible de Recursos Hídricos para su aprovechamiento integrado*. San José, Costa Rica.

INEC. (2010).

INEC. (2018). *Directorio de Empresas y Establecimientos* . El sector empresarial del país Cuenta.

Jaen, U. d. (s.f.). *ujaen.es*. Obtenido de [http://www.ujaen.es/investiga/tics\\_tfg/inves\\_secundaria.html](http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/inves_secundaria.html)

Jiménez, F., Espinoza, C. L., & Fonseca, L. (2007). *Ingeniería Económica*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Jones, G. R. (2008, pág. 1). *Teoría Organizacional*. México: Pearson Educación.

Kloter. (2002). *Dirección de Marketing*.

Kotler, P. (2001). *Mercadotecnia* 8va edición.

Kotler, P. (2001, Pág. 8). *Dirección de Mercadotecnia*. esan.

Kuznik, A., Hurtado Albir, A., & Espinal Berenguer, A. (2010). El Uso de la encuesta de tipo social en traductología, características metodológicas . *MonTI. Monografías de Traducción e*, 4, 318.

Lerma, H. D. (2013). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto* 4ta edición . Ecoe Ediciones.

- Lojano, R. (2014). Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Semanario Comunitario . En *Tesis (Bachelor)* (págs. 16 - 17). Grin.
- Marcial, C. P. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Maria Elvira López Parra, M. J. (2008). *Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional*.
- Martín, J. (15 de Mayo de 2017). *Cerem*. Obtenido de Estudia tu entorno con un PEST-EL: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Martin, L. . (2016). et al, .
- Méndez, R. (2012). *Formulación y Evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores* (7ma edición ed.). Icontec international.
- Ministerio de Educación Superior, C. I. (2014). GENERALIDADES DE LOS ABONOS ORGÁNICOS. *Cultivos Tropicales*, 53.
- Miranda, J. J. (2012). *Gestión de proyectos* (7ma edición ed.). MM.
- MONTEROS, E. (2005, p. 15). *Manual de Gestión Microempresarial*. Ibarra: Universidad Yachay.
- Obando, A. (2017). *Investigación exploratoria con métodos cualitativos*. Obtenido de <http://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/506/826/LEC%20MER%200006%202017.pdf?sequence=1>

Obregón Tinoco, J. (Diciembre de 2015). *Formulación de un Modelo para la estructura de prefactibilidades*. Bogotá, Colombia.

Ocampo, M. C. (2017). *MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA*. Costa Rica.

Orellana , A., & Orellana, M. (2019).

Orellana, A., & Orellana, M. (2019).

Orozco, J. d. (Pág. 17). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Eco Ediciones .

Ortega, A. O. (2018). Obtenido de

[https://www.researchgate.net/profile/Alfredo\\_Otero-](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo_Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)

[Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo_Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)

[b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo_Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)

Ortega, A. O. (2018). Enfoques de Investigación. En A. O. Ortega.

Páez, A. (9 de Octubre de 2014). *PBP Law*. Obtenido de ¿Qué es el Registro Único de Contribuyentes?: <https://www.pbplaw.com/es/que-es-el-ruc/>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2010).

[https://definicion.de/siembra/#:~:text=Siembra%20es%20la%20acci%C3%](https://definicion.de/siembra/#:~:text=Siembra%20es%20la%20acci%C3%B3n%20y,siembra%20y%20a%20la%20tierra%20sembrada)

[B3n%20y,siembra%20y%20a%20la%20tierra%20sembrada](https://definicion.de/siembra/#:~:text=Siembra%20es%20la%20acci%C3%B3n%20y,siembra%20y%20a%20la%20tierra%20sembrada). Obtenido de

[https://definicion.de/siembra/#:~:text=Siembra%20es%20la%20acci%C3%B](https://definicion.de/siembra/#:~:text=Siembra%20es%20la%20acci%C3%B3n%20y,siembra%20y%20a%20la%20tierra%20sembrada)

[3n%20y,siembra%20y%20a%20la%20tierra%20sembrada](https://definicion.de/siembra/#:~:text=Siembra%20es%20la%20acci%C3%B3n%20y,siembra%20y%20a%20la%20tierra%20sembrada).

- Pérez, J., & Merino, M. (2009). *Definición*. Obtenido de Definición de micro empresa: <https://definicion.de/micro-empresa/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2009). *Definición.de*. Obtenido de Micro Empresa: <https://definicion.de/micro-empresa/>
- Pimentel, E. (2008). Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión Aspectos Teóricos y Prácticos. En E. Pimentel, *Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión Aspectos Teóricos y Prácticos* (pág. 17).
- Plan Nacional del buen vivir*. (2017-2021,p.81).
- Plenitud. (2018, p.2). *Plenitud*.
- Ponce, R. (2013, Pág. 283-285).
- Prieto, J. (2004). *Proyectos, enfoque gerencial* (2da edición ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.
- Pronadri, & Siepa. (1988). Taller para la preparación de proyectos de inversión. SARH. Obtenido de Unidad 5.- Métodos de evaluación del proyecto: <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpsc137/EvalFin.pdf>
- Puente, W. (2000). *RRPPnet tema: Técnicas de Investigación*. Obtenido de Sitio web: <http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- QuestionPro*. (2019). Obtenido de 7 pasos para hacer un cuestionario para una encuesta: <https://www.questionpro.com/blog/es/hacer-un-cuestionario-para-una-encuesta/>

Rabolini, N. M. (2009). *Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales*.

Rabolini, N. M. (2009). *Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales*.

Ramírez, D., Vidal, A., & Domínguez, Y. (2009). Etapas del análisis de factibilidad.

Compendio Bibliográfico. *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de

<http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

*Real Academia de Lengua*. (2017).

Redacc. (2018). *Genwords*. Obtenido de Marketing Mix: Qué es y Cómo Aplicarlo:

<https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>

Reynaga, J. (2010). *Antología de la Estadística*. Obtenido de

[http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/sp/wp-](http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/sp/wp-content/uploads/2015/11/03REYNAGA1.pdf)

[content/uploads/2015/11/03REYNAGA1.pdf](http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/sp/wp-content/uploads/2015/11/03REYNAGA1.pdf)

Rguez, I. H. (26 de enero de 2016). *Marketing*. Obtenido de

[http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-](http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/)

[empresas/](http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/)

Rivera, M. M. (febrero de 2015). *repository. uaeh.edu.mx*. Obtenido de

<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/>

[LECT132.pdf](https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf)

Rodríguez Eugenio, N., Michael, M., & Daniel, P. (2019). Nitrógeno y Fósforo. *La*

*Contaminación del Suelo una realidad oculta*, 21.

- Rodríguez Eugenio, N., Michael, M., & Pennock, D. (2019). Nitrógeno y Fósforo. *La Contaminación del suelo una realidad oculta*, 20.
- Rodríguez, E. (2005). Metodología de la Investigación.
- Rodríguez, J., & Díaz R, G. M. (1989). El Huerto . *El Huerto-Caja de Guipúzcoa*.
- Salas, E. L., & Godoy, M. E. (2015). MARKETING COMO EJE ESTRATÉGICO PARA LA PLANIFICACIÓN COMUNICACIONAL DE MARCA. *Contribuciones a la Economía*.
- Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística* . Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.
- Sangri Coral, A. (2014). *Introducción a la mercadotecnia* . México: Grupo Editorial Patria .
- Sapag, N. (25 de Enero de 2016). *Evaluación de proyectos*. Obtenido de EL PROCESO DE ESTUDIO DE UN PROYECTO: <http://evaluacion-proyectos-ua.blogspot.com/2016/01/el-proceso-de-estudio-de-un-proyecto.html>
- Sequeda, P. (2014). Finanzas corporativa y valoración de empresas: Al alcance de todos. Ediciones de la U.
- Socatelli, M. (2011). *La promoción y la gestión de medios*. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana5/LS5.5.pdf>

Soriano, R. R. (2006). *Guía para realizar investigaciones sociales*. P y V: Plaza y valdes.

Sostenibilidad para todos. (2019).

Spash, & Hanley. (1990: 1993). Barbier et al.

Stanton, E. y. (2007, Pág. 92). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill.

Superintendencia de Compañías, S. (2019). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de Tasas y Tarifas por Servicios Notariales: <https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/ConstitucionElectronica/Tarifas!/ut/p/a1/j>

Superintendencia de compañías, v. y. (2019).

Tamayo, M. T. (2003). México: LIMUSA.

Tamayo, M. T. (2003). México: Limusa.

Tamayo, M. T. (2003). *El proceso de la Investigación Científica*. México: LIMUSA.

Teleduc. (2016). *Solidario conmigo*. Obtenido de Qupes es una microempresa y qupe áreas tiene: <https://cuidatufuturo.com/que-es-microempresa-y-que-areas-tiene/>

Tenerife, C. S. (2019). *Plan de viabilidad*. Obtenido de Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife:

<https://www.camaratenerife.com/servicios/emprendimiento/creacion-empresas/asesorate/plan-de-viabilidad>

Thompson, J. (17 de Abril de 2009). *Todo sobre proyectos*. Obtenido de Estudio de Prefactibilidad: <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>

Universo, D. e. (13 de octubre de 2020). Como funcionan los Huerto Urbanos. *El Universo*.

Urbe. (2006). Obtenido de [virtual.urbe.edu](http://virtual.urbe.edu) .

Urbina, G. B. (2010, Pág. 7). *Evaluación de Proyectos*. México : McGraw Hill.

VARELA. (2010, p. 1).

Varela, F. X. (5 de Marzo de 2015). *Técnicas de Investigación: Procedimientos del Trabajo Manual del Investigador* . Obtenido de <https://manualdelinvestigador.blogspot.com/2015/03/tecnicas-de-investigacion.html>

Vasquez, J. (23 de Agosto de 2015). *La importancia de un estudio técnico de un proyecto*. Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/La-importancia-de-un-estudio-t%C3%A9cnico-de-un/2696632.html>

Vidalpro. (2018). *VIDALPRO CORPORATION*. Obtenido de <https://vidalpro.mx/marketing/modelo-aida/>

Virtual.itca.edu.sv. (1 de Octubre de 2020). Obtenido de

[https://virtual.itca.edu.sv/Mediadores/ads/125\\_estudio\\_de\\_factibilidad\\_y\\_analisis\\_costo\\_beneficio.html](https://virtual.itca.edu.sv/Mediadores/ads/125_estudio_de_factibilidad_y_analisis_costo_beneficio.html).

Yurén, M. T. (2000).

Zarzar, C. (2015). *Métodos y pensamiento crítico*. Grupo Editorial Patria.

Zevallos, E. (2006). *Obstáculo al desarrollo de las pequeñas y mediana empresas en América Latina*. Perú: FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

## Apéndices

## Apéndice A Encuesta



### **CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**Propósito: Diagnosticar la opinión de los propietarios para determinar la calidad del servicio a brindar, sobre la implementación y asesoría de un Huerto en casa.**

**La encuesta:** Se aplica a través de un cuestionario de carácter reservado por lo a fin de que pueda responder con total libertad de criterio y sin ningún compromiso.

De la manera más comedida se solicita que usted responda, las siguientes preguntas que serán de gran utilidad para determinar la oportunidad de crear una microempresa de “Huertos Caseros” dedicada a brindar el servicio de Huertos en el Cantón Guayaquil.

Atentamente,  
Helao Veliz Ginger Andrea  
Morla López Brenda Katherine  
Estudiantes de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial  
Universidad San Gregorio de Portoviejo

## Cuestionario



Instrucciones a observar:

- ✓ Primero proceda a leer detenidamente todas las preguntas
- ✓ Cualquier inquietud preguntar al encuestador
- ✓ Utilice bolígrafo de color azul o negro
- ✓ Reflexione y analice las respuestas
- ✓ Escoja una sola alternativa por pregunta, marcando con una (\*) su respuesta

**Variable Dependiente:** Creación de Huertos Caseros

### Edad

- ✓ 30-35
- ✓ 35-40
- ✓ 45-49
- ✓ 50- adelante

**1.- ¿Conoce usted el tiempo y proceso que lleva acabo un Huerto?**

Mucho

Poco

Nada

**2.- ¿Qué tanto conoce usted de los materiales e insumos que se necesita para tener un Huerto en casa?**

Poco

Muy poco

Mucho

Nada

**3.- Del 1 al 5 ¿Sabe lo que necesitaría para tener un huerto en casa?**

Nada

Más o menos

Si conoce

**4.- ¿Qué espacio dispone usted para implementar un Huerto casero?**

Patio

Terraza

Balcón

Terreno

**5.- ¿Qué tipo de diseño le gustaría tener?**

Vertical

Horizontal

Camas

Diseños colgantes

Otros

**6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir por la implementación de un Kit para principiantes que incluya: semilla, tierra, maceta y asesoría?**

\$ 45.00

\$ 40.00

\$ 35.00

\$ 25.00

\$ 15.00

**7.- ¿Qué tipos de Huertos caseros le gustaría implementar?**

- Plantas Ornamentales kit (helechos, petunias y lengua de suegra).
- Vegetales y Frutales.
- Plantas kit medicinales (lavanda, menta, tomillo y orégano).
- Bonsai.

**8.- ¿Cómo le gustaría enterarse de la venta y asesoría Organika Garden Ginbre?**

e-mail

WhatsApp

Facebook

Instagram

**9.- ¿Cuáles son sus medios de compra más frecuente?**

Venta Directa

Distribuidores

Tiendas on-line

Viveros

Mercado

Por lo regular no compro

**10.- Si usted está dispuesto a implementar un huerto en su domicilio, ¿Cuál sería su medio de pago?**

Efectivo

Tarjeta de crédito

PayPal

Transferencia Bancaria

Plan de Financiamiento

**11.- A que proveedor usted recurre cuando requiere de una planta, semilla o asesoría. Menciónelo.**

Supermaxi

Mega kiwi

Comisariato

Viveros

Otros

*Agradecemos por su tiempo y cortesía al responder este cuestionario...*

*Helao Veliz Ginger Andrea*

*C.C. 0919531269*

*Morla López Brenda Katherine*

*C.C. 092790043-1*

## Apéndice B Entrevista



### CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

#### ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE HUERTOS EN EL CANTON GUAYAQUIL

**Ciudad:** Guayaquil

**Fecha:** 18-03-2021

**Lugar:** Orquídeas

**Hora de inicio:** 10h00

**Hora finalización:** 12h00

**Nombre del entrevistado:** Ing. César Arteaga Lozano

**Cargo del entrevistado:** Gerente General

**Nombre del entrevistador:** Tnlg. Brenda Morla López y Tnlg. Ginger Helao Veliz

**Objetivo:** Identificar la viabilidad financiera del proyecto a través de los propietarios de microempresas dedicadas al cultivo de comercialización de plantas alimenticias, medicinales y frutales.

**Variable Independiente:** Viabilidad Financiera

**1.- Como considera la demanda de una microempresa de asesoría y venta de huertos caseros y semillas?**

Sería una excelente oportunidad que tengamos los guayaquileños que nos gusta este tipo de actividad, ya que como Uds. conocen en todos los países del mundo está la opción para salir de la crisis y que las familias tengan opciones de bajar costos en su alimentación y sobre todo comer sano que se ha convertido en un grave problema

para los habitantes del mundo por lo que considero que este tipo de empresas contribuirían a mejorar este tipo de huertos que en el Ecuador y sobre todo en Guayaquil se lo desarrollan de manera empírica por lo que las felicito por esta iniciativa.

**2.- Como considera la oferta de una microempresa de asesoría y venta de Huertos caseros y semillas?**

Como dueño de este pequeño huerto familiar para mí es un tema totalmente nuevo no hay quien ofrezca este tipo de servicios por lo que es una excelente opción inicial con esta idea que permitirá crear una cultura en los huertitas familiares que permita el asesoramiento, creando de esta manera una mejor calidad de la producción y mejoraría el nivel de vida de quienes tenemos esta práctica, por lo tanto considero que emprender en esta nueva manera de apoyar a los agricultores caseros, y por lo antes mencionados nos encontramos frente a un mercado aun no explorado por lo que tienen luz verde para la creación de este tipo de microempresa.

**3.- Considera ud. que son accesibles los costos de los servicios de una microempresa de asesoría y venta de huertos caseros y semillas?**

Al ser una empresa de servicios que no tiene mayores costos en la generación del producto, es decir no necesita mayores gastos en materiales tangibles ya que lo que se pone de manifiesto es el intelecto las experiencias de profesionales capaces y conocedores del tema, además de esto sumado la economía actual del país los costos deben ser razonables y totalmente acorde al bolsillo de los usuarios que normalmente son pequeños microempresarios con actividad pequeña lo que hace que los costos de este beneficio sea barato, por lo que su labor debería ser de apoyo y a la vez como generación de fuentes de trabajo y obviamente generación de recursos de una forma razonable

**4.- considera Ud. que son accesibles los costos de instalación de una microempresa de asesoría y venta de huertos caseros y semillas?**

Siempre la innovación de negocios nuevos generara expectativas en la instalación de estos, ya que el estar viviendo en el siglo 21 deben ser puestos en marcha con toda la tecnología de la era moderna y siempre estas generaran algún costo considerado fuerte, pero por mi experiencia y conocedor de estas actividades existen fundaciones organismos internacionales y además el sistema financiero nacional permiten accesos al crédito y ya con lo antes mencionado de que esta microempresa va incursionar en un mercado prácticamente virgen hacen que los costos de instalación estén dentro de lo previsto y permiten una recuperación para poder cumplir con las obligaciones que se adquieren por lo que en mis modestos conocimiento considero que si son accesibles los costos de instalación de una empresa de este tipo.

#### **5.- existe en el ecuador la normatividad para el desarrollo de microempresas en asesoría y ventas de huertos caseros**

Por mi experiencia como microempresario ya que al tener mi propio negocio y me toco hacer los tramites respectivo conozco que desde el año 2012 está tipificado en la LEY DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA, la creación de microempresas de servicios por lo que la ley garantiza su creación con un personal de hasta 15 personas para que sean consideradas como tal, si el personal es mayor pasaría a tener la categoría de empresa y entraría en otro grupo de normatividad, además es importante señalar que la ley dice que para ser microempresa su capital no debe ser mayor a \$300.000 por lo que si su capital es mayor pasaría a hacer mediana empresa, por lo que mis queridas amigas la ley las faculta y protege para lo que ustedes quieren emprender.

#### **6.- Considera ud importante que una empresa de este tipo cuente con una estructura organizacional**

Las empresas con una clara estructura organizacional se benefician de tener claramente establecido la cantidad de personas que requieren para su funcionamiento, tener delimitadas sus responsabilidades y los responsables de cada uno de sus objetivos y hacer que las empresas se vuelvan más eficientes y eficaces, por lo que al ser Uds. una microempresa nueva que desde su formación se le va dar la seriedad y confianza que sus clientes necesitan y más aún en este caso que ya hemos hablado que

sus potencial mercado son personas sin una cultura para el asesoramiento se hace necesario la conformación organizacional de esta microempresa para garantizar su crecimiento

## Apéndice C Investigación de Campo



