

PLAN DE NEGOCIO PARA LA MICROEMPRESA VIVERO POINSETTIAS DE
LOS ANDES DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGA

CRISTIAN CAMILO RINCON MESA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FUSAGASUGÁ

2017

PLAN DE NEGOCIO PARA LA MICROEMPRESA VIVERO POINSETTIAS DE
LOS ANDES DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGA

CRISTIAN CAMILO RINCÓN MESA

Proyecto de emprendimiento para optar el título administrador de empresas.

Asesor

MSc. Nelson Fonseca

Docente TCO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FUSAGASUGÁ

2017

Nota de aceptación:

Firma del director

Firma de jurado 1

Firma de jurado 2

Fusagasugá, 4 de abril 2017

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos; a mis padres, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien; Pero en especial a mi hermana ya que ella fue el principal cimiento de vida profesional sentó en mi las bases de responsabilidad y deseos de superación...

CRISTIAN CAMILO RINCÓN MESA

AGRADECIMIENTOS

El autor expresa sus agradecimientos:

Al asesor de investigación Nelson Fonseca, quién con sus conocimientos y experiencias guio y acompañó el proceso de esta investigación.

A la Cámara de Comercio de Bogotá, quien brindo la fuente bibliográfica base de la metodología de ésta investigación.

A la Universidad de Cundinamarca, institución que me enorgullece poder ser uno más de sus egresados, porque gracias a ésta puede cumplir una meta y un sueño más en mi vida. En fin, a todas aquellas personas quienes contribuyeron a la construcción de este proyecto.

¡Gracias a Todos!

CRISTIAN CAMILO RINCON MESA

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	14
1. TÍTULO:	16
2. _____	16
3. FORMULACION DEL PROBLEMA.	17
4. JUSTIFICACIÓN	18
5. OBJETIVOS	22
5.1. OBJETIVO GENERAL	22
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
6. MARCOS TEORICO.	23
6.1. MARCO HISTÓRICO.....	23
6.2. MARCO GEOGRÁFICO	25
6.2.1. Zonas de influencia	25
6.3. MARCO CONCEPTUAL	26
6.3.1. Plan De Negocios.	26
6.3.2. Análisis de Demanda.	26
6.3.3. Análisis de Oferta.	27
6.3.4. Estudio Técnico.	27
6.3.5. Estudio De Mercado.	27
6.3.6. Estudio Administrativos y Legal.....	28
6.4. MARCO DE REFERENCIA.	28
6.4.1. Aspectos del entorno	28
6.4.2. Análisis del Sector agropecuario	30
6.4.3. Aspectos generales de la Poinsettia	30
6.4.4. Aspectos comerciales de la poinsettia	31
6.4.5. Propiedades medicinales	31
6.5. MARCO LEGAL	31
7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	33

7.1. CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.	34
7.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	34
7.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	35
8. RESULTADOS	36
8.1. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	36
8.1.1. Imagen Corporativa.	36
8.1.2. Descripción de la actividad empresarial.	36
8.1.3. Origen de la empresa	37
8.1.4. Ubicación de la empresa	37
8.1.5. Estructura organizacional del Vivero Poinsettias De Los Andes	38
8.1.6. Perfil de la empresa	38
8.1.7. Misión	38
8.1.8. Visión	38
8.1.9. Plan estratégico organizacional.	39
8.1.10. Valores corporativo	40
8.1.11. Organigrama	41
8.1.12. Manual de funciones	41
8.1.13. Funciones gerente general	42
8.1.14. Funciones Área De Venta	43
8.1.15. Funciones Del Área De Producción	44
8.1.16. Planificación de talento humano	45
8.1.17. Aspecto legal y fiscal	45
8.1.18. Aspecto laboral	46
8.1.19. Aspecto ecológico.	47
8.1.20. Análisis DOFA	47
8.1.21. Plan de acción.	49
8.1.22. Análisis.....	51
8.2. ESTUDIO DE MERCADO	53
8.2.1. Identificación del producto	54
8.2.2. Usos de la poinsettia.	55

8.2.3.	Presentación del producto.	55
8.2.4.	Características físicas idóneas de la poinsettias.	58
8.2.5.	Punto de venta.....	59
8.2.6.	Productos sustitutos	60
8.2.7.	Productos complementarios	60
8.2.8.	Canales de distribución	62
8.2.9.	Segmentación del mercado	63
8.2.10.	Clientes potenciales.	64
8.2.11.	Estimación de la demanda futura.	65
8.2.12.	Oferta	65
8.2.13.	Análisis de precios	66
8.2.14.	Análisis de los competidores.	69
8.2.15.	Comercialización del Vivero Poinsettias de los Andes.	72
8.2.16.	Ciclo de vida de la poinsettia.....	73
8.2.17.	Análisis del proveedor	73
8.2.18.	Promoción y publicidad.	74
8.2.19.	Analisis.....	76
8.3.	ESTUDIO TECNICO.	77
8.3.1.	Descripcion del proceso de produccion	77
8.3.2.	Ficha Técnica de la poinsettia.	81
8.3.3.	Diagrama del proceso de producción de las poinsettias.....	82
8.3.4.	Necesidades y requerimientos.....	85
8.3.5.	Capacidad instalada	86
8.3.6.	Equipos de oficina, maquinaria y equipos, muebles y enseres, vehículos y terrenos.	87
8.3.7.	Plan de Producción.	89
8.3.8.	Materias primas e insumos	89
8.3.9.	Mano de obra directa	91
8.3.10.	Costos indirectos de fabricación (C.I.F)	92
8.3.11.	Costo total de producción	93

8.3.12.	Proyección del costo total de producción a 5 años	93
8.3.13.	Análisis.	94
8.4.	ESTUDIO FINANCIERO	95
8.4.1.	Gastos administrativos	95
8.4.2.	Depreciación de los activos	96
8.4.3.	Total gastos administrativos	97
8.4.4.	Gastos de ventas	98
8.4.5.	Costos	99
8.4.6.	Proyección De Ventas	101
8.4.7.	Estado de resultados o de ganancias y pérdidas P&G	103
8.4.8.	Balance General del Vivero Poinsettias De Los Andes para el primer año.	105
8.4.9.	Punto de equilibrio	106
8.4.10.	Tasa Interna De Retorno (T.I.R)	107
8.4.11.	Análisis.	108
9.	IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL VIVERO POINSETTIAS DE LOS ANDES	109
10.	CONCLUSIONES.	110
11.	RECOMENDACIONES	112
	BIBLIOGRAFÍAS	113
		115

MEC01

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Participación de empleo de las empresas según datos del año 2015	29
Tabla 2. Ubicación del Vivero Poinsettias De Los Andes	37
Tabla 3. Mapa Fusagasugá	37
Tabla 4. Matriz DOFA	48
Tabla 5. Plan de acción para la estrategia D.O	49
Tabla 6. Plan de acción estrategia F.O.2 y F.A.1.....	50
Tabla 7. Plan de acción estrategia D.A	51
Tabla 8. Tamaño de la Muestra	53
Tabla 9. Segmentación del mercado	63
Tabla 10. Proyección de ventas	65
Tabla 11. Diagrama de procesos	82
Tabla 12. Distribución de la planta en MTRS 2	85
Tabla 13. Cuadro consolidado de capacidad instalada	86
Tabla 14. Edificios o Planta	87
Tabla 15. Equipo de oficina muebles y enseres.....	87
Tabla 16. Maquinaria y Equipo	88
Tabla 17. Plan de Producción para 5 años	89
Tabla 18. Identificación de la Materia Prima	90
Tabla 19. Liquidación de Mano de Obra Directa	92
Tabla 20. Costos Indirectos de Fabricación	92
Tabla 21. Costo Total Anual de Producción	93
Tabla 22. Proyección del costo total a 5 años	93
Tabla 23. Liquidación de los salarios del área administrativa	95

Tabla 24. Depreciación de los Equipos de Oficina y Enseres	96
Tabla 25. Total de gastos administrativos proyectado a 5 años	97
Tabla 26. Gastos de venta anual	98
Tabla 27. Total del Gasto de ventas proyectado a 5 años	99
Tabla 28. Costos Fijos	100
Tabla 29. Proyección de ventas en unidades	101
Tabla 30. Proyección del valor anual de las poinsettias durante 5 años.....	102
Tabla 31. Proyección Anual de las ventas totales.....	102
Tabla 32. Estado de Resultados Vivero Poinsettias de los Andes.....	103
Tabla 33. Balance General Vivero Poinsettias de los Andes	105
Tabla 34. Punto de Equilibrio	106
Tabla 35. Flujo Neto de Caja	107
Tabla 36. Tasa Interna De Retorno y Valor Presente Neto.....	107

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Años de permanencia de los viveros en Fusagasugá	25
<i>Figura 2.</i> Zona de Influencia del Vivero Poinsettias De Los Andes	26
<i>Figura 3.</i> Logotipo del vivero	36
<i>Figura 4.</i> Mapa Estratégico Organizacional	39
<i>Figura 5.</i> Organigrama lineo-funcional del Vivero Poinsettias De Los Andes	41
<i>Figura 6.</i> Manual de Funciones del Gerente General	42
<i>Figura 7.</i> Manual de Funciones Jefe de Ventas	43
<i>Figura 8.</i> Manual de Funciones del Jefe de Producción	44
<i>Figura 9.</i> Proceso de Contratación de Personal	45
<i>Figura 10.</i> Normas Básicas De trabajo	46
<i>Figura 11.</i> Colores de la Poinsettia	54
<i>Figura 12.</i> Color de mayor aceptación	54
<i>Figura 13.</i> Usos habituales de la poinsettia	55
<i>Figura 14.</i> Embalaje de las Poinsettias P14	56

Figura 15. Presentación de la Poinsettia P14	56
Figura 16. Empaque Ideal	57
Figura 17. Características físicas idóneas de la poinsettia	58
Figura 18. Calidad de la Hoja.....	59
Figura 19. Punto de venta del Vivero Poinsettias De Los Andes	59
Figura 20. Poinsettias en material sintético	60
Figura 21. Materas decorativas	61
Figura 22. Matera Decorativa en Madera	61
Figura 23. Capuchón plástico decorativo	62
Figura 24. Canal de distribución	62
Figura 25. Clientes Potenciales	64
Figura 26. Venta de Poinsettias en Almacenes de cadena	65
Figura 27. Cultivo de poinsettias	66
Figura 28. Precios de la poinsettias según su referencia	67
Figura 29. Demanda de las poinsettias según su referencia	67
Figura 30. Precio Promedio de la poinsettia P14	68
Figura 31. Cantidades demandadas	69
Figura 32. Identificación de la Competencia	70
Figura 33. Ubicación Geográfica de los Competidores	70
Figura 34. Afectación de la competencia	71
Figura 35. Ciclo de vida de la poinsettia	73
Figura 36. Ubicación geográfica de los principales proveedores	74
Figura 37. Medios de Comunicación	74
Figura 38. Página Web del Vivero Poinsettias De Los Andes	75
Figura 39. Código QR de la aplicación móvil	76
Figura 40. Planta Madre De Poinsettia	77
Figura 41. Semillero de Poinsettia	78
Figura 42. Poinsettia con 4 meses de crecimiento.	79
Figura 43. Cultivo de Poinsettias Maduro	80
Figura 44. Ficha Técnica de la Poinsettia	81

Figura 45. Distribución de la planta.....	85
---	----

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. Certificado de Cámara y Comercio de Bogota	115
ANEXO 2. Certificado Tributario DIAN.....	118
ANEXO 3. Certificado ICA	121
ANEXO 4. Modelo de encuesta	123
ANEXO 5. Aplicación de la Encuesta	124

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, se centró en la realización de un plan de negocios diseñado para la micro-empresa Vivero Poinsettias de los Andes del municipio de Fusagasugá; este vivero se dedica al cultivo y comercialización de poinsettias en el municipio, el trabajo se desarrolló con la propuesta metodológica del libro Formulación y Evaluación de Planes de Negocio escrito por Carlos Julio Galindo Ruiz en el año 2013.

El plan de negocios se divide en cuatro fases; la primera es el estudio administrativo, el cual permitirá identificar la estructura organizacional de la unidad productiva, se diseñaron manuales de funciones y se detallaron aspectos importantes como los legales, los laborales y los ecológicos; posteriormente se realizó un análisis DOFA que facilitó detectar factores claves para generar unas estrategias dentro de un plan de acción.

En la segunda fase se realizó un estudio de mercado, el cual facilitó el reconocimiento de la demanda y la oferta de la poinsettia en el municipio de Fusagasugá; para lograr dicho estudio se realizó una encuesta al público objetivo, donde se caracterizaron los gustos, preferencias y tendencias del cliente para lograr que el vivero pueda atender las necesidades de éstos.

Para la tercera fase, se realizó un estudio técnico con el fin de identificar a través de la observación y fuentes secundarias, las necesidades en la producción de las poinsettias, detallando los procesos, las materias primas, la mano de obra, los requerimientos, los costos y ciclos de producción necesarios para cumplir con las expectativas de una planta que satisfaga las necesidades del cliente y de la micro-empresa.

Finalmente para dar cumplimiento al plan de negocios se realizó un estudio financiero, teniendo en cuenta los gastos administrativos y de ventas, costos, proyección de ventas, ingresos y utilidades del Vivero Poinsettias De Los Andes todo esto aportando a la elaboración del Estado de Resultados P&G y Balance

General para el año 2017 y posteriormente determinando el punto de equilibrio en ventas, permitiéndole al vivero saber cuántas unidades de poinsettia debe vender para cubrir sus costos de funcionamiento; la Tasa Interna de Retorno (TIR) determinó la rentabilidad de la inversión realizada en el negocio, igualmente se fijó el Valor Presente Neto (VPN) el cual facilitó evaluar la inversión a largo plazo maximizándola con la intención de determinar si el negocio es viable y cumple con las expectativas del dueño de la empresa.

1. TÍTULO:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA MICROEMPRESA VIVERO POINSETTIAS DE
LOS ANDES DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ

2. ÁREA:

Emprendimiento y desarrollo empresarial

2.1. LÍNEA: emprendimiento y desarrollo empresarial

2.2. TEMA: emprendimiento de una microempresas de producción y
comercialización de plantas ornamentales.

3. FORMULACION DEL PROBLEMA.

El Vivero Poinsettias De Los Andes es una micro-empresa constituida en el año 2015, su principal labor es producir y comercializar poinsettias para el mercado local; durante este primer año y medio de funcionamiento el vivero ha captado la atención de una parte de los viveros que se dedican a comercializar con estas plantas a otras ciudades del país; pero a partir del año 2016 el vivero vio la necesidad de cubrir con una mayor producción al mercado local, su principal intención es de atender la demanda local, sin correr el riesgo de pérdida de inversión al tratar de expandir su producción.

Los viveros del municipio de Fusagasugá son microempresas que en su mayoría no cuentan con tecnología de punta para el desarrollo de sus labores operativas y de comercialización, sino que por el contrario son productores tradicionales los cuales cubren la demanda de plantas ornamentales en las principales ciudades del país. (Plan De Ordenamiento Territorial POT 2011)

Para todo empresario es importante saber al momento de realizar una inversión que ésta sea segura y rentable, se debe evitar tomar decisiones inadecuadas por la falta de proyección y desconocimiento de los resultados que se esperan; El Vivero Poinsettias De Los Andes reconoce que para poder expandir su producción y comercialización de la poinsettia a todo el mercado local debe evaluar los resultados que se presentarán con el fin de detectar las posibilidades de éxito al tomar esta decisión.

para lograr dicho propósito es adecuado realizar un **Plan De Negocios** que permita identificar la estructura organizacional del vivero; explorar el mercado objetivo que se desea abarcar; identificar la capacidad que tiene la micro-empresa para responder a las necesidades de la producción a través de un estudio técnico y finalmente contemplar los costos, gastos, ingresos y utilidades proyectados para el siguiente periodo productivo con el fin de determinar si el negocio es viable y cumple con las expectativas del dueño de la empresa.

4. JUSTIFICACIÓN

Haciendo un análisis al texto publicado por el Banco de la Republica sobre los productos más representativos de la economía Colombiana, se evidencia que cuatro (4) sectores económicos muestran protagonismo en el país, ya que son éstos los que más aportan al PIB (Producto Interno Bruto) o valor total de los bienes y servicios producidos en un país durante un cierto periodo de tiempo, según la subgerencia cultural del banco entre éstos se encuentra. *“El sector agropecuario; el cual, sigue teniendo una importante participación en el producto agregado del país con productos como el algodón, el café, la caña de azúcar, el maíz, el arroz, el cacao, el banano, la papa, las oleaginosas y las flores”*; los tres restantes sectores son: la industria manufacturera, el sector del comercio y el sector financiero. (Banco de la Republica, 2015).

A nivel regional, se puede observar que Cundinamarca aporta el 29,6% del PIB en Colombia, curiosamente el sector agrícola junto con la explotación minera, son los sectores que menos aportan a esta cifra, con un 11%, siendo superados por el 46% del valor agregado de establecimientos financieros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; 36,4% el comercio, restaurantes y hoteles, según la secretaria de desarrollo económico en el texto publicado: La región Bogotá-Cundinamarca: Dinámica económica y potencialidades. (Herrera 2015)

En el caso del municipio de Fusagasugá cabe mencionar que ha sido reconocida por ser la “ciudad jardín de Colombia”, este nombre otorgado históricamente por la presencia de flores, bellos jardines en sus paisajes y por la acostumbrada presencia de viveros a razón del clima, el cual es fuente de influencia para el impulso de cultivos de plantas ornamentales en esta región, con lo que se ha generado aproximadamente 120 viveros formales e informales, según datos del (P.O.T 2011) por la secretaria de ordenamiento territorial. La concentración de esta

cantidad de viveros provoca una fuente de empleo considerable con respecto a otros sectores económicos del municipio.

Los viveros del municipio se encuentran ubicados en varios sectores geográficos, por ejemplo, en la parte nororiental del casco urbano, sobre la vía Fusagasugá – Sibate, en donde el clima es de aproximadamente 18°C favoreciendo al cultivo de algunas especies de plantas; por otra parte, se encuentra la zona localizada al suroccidente del casco urbano, sobre la vía Bogotá – Melgar, la cual cuenta con mayor presencia de viveros; esta zona presenta un clima que puede superar los 30°C temperatura que favorece la producción de otros tipos de plantas; cabe mencionar que la temperatura del municipio puede variar entre los climas templados, cálidos, frío y paramo, según publicación en la que se describen los municipios de la provincia del Sumapaz. (CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ 2010).

Es evidente que el progreso y la sostenibilidad que aporta este sector productivo al municipio es de gran importancia, por lo cual sería apropiado que los viveros llegaran a consolidarse como empresas que puedan incrementar la generación de empleo y desarrollo económico de Fusagasugá, mediante el aprovechamiento y la potencialización del comercio de productos con ciudades principales del país, tales como Medellín, Santiago de Cali, Bogotá D.C Pereira y Manizales; debido a que en dichos lugares las empresas decoradoras y los viveros no cuentan con la capacidad de producir este tipo de plantas, necesarias para abastecer la demanda, según lo manifestado por algunos de los viveristas y comerciantes de la región.

Cabe mencionar que las características climáticas, la localización geográfica y la destreza empírica de productores en esta actividad pueden convertir al municipio en un mercado óptimo, llamativo que se caracterice por su calidad y precios relativamente económicos.

Reiterando que este sector es uno de los más importante de Fusagasugá debido a la gran cantidad de viveros y cultivos que ayudan al municipio a tener mayor dinamismo económico; encontramos que a pesar su relevancia es muy poco el

vínculo que los estudiantes de administración de empresas de la universidad de Cundinamarca han establecido con este tipo de negocios, motivo por el cual se desiste de generar ideas de emprendimiento que ayuden a potencializar la actividad económica, igualmente se está perdiendo la oportunidad de formar empresas mejor desarrolladas y estructuradas, donde los estudiantes de la universidad empiecen a generar ideas de negocio, que aporten al fortalecimiento de la generación de empleo, promuevan el posicionamiento de la empresas fusagasugueñas y garanticen que éstas mejoraran su estabilidad con el transcurso del tiempo.

En el municipio se ha incrementado la producción de un tipo específico de plantas llamadas Poinsettias o mejor conocidas como plantas navideñas; al parecer esta dinámica responde a lo que afirma un artículo de la revista Portafolio del 9 diciembre del año 2012, en el que se expone que la producción y venta de dichas plantas constituyen un mercado en crecimiento el cual durante los últimos años ha incrementado su fuerza en cuanto a la decoración de ambientes debido a la generación de una nueva tendencia decorativa en época navideña. (Domínguez 2012).

Con lo anterior se ha evidenciado el aumento en el número de personas interesadas en invertir para la producción de estas plantas; por lo cual surge la necesidad de realizar un plan de negocio claro y contundente enfocado al progreso y éxito de estas empresas que se pretenden emprender, para que logren captar mercados de gran importancia tales como viveros distribuidores y comerciantes.

Un caso concreto de lo anterior es el Vivero Poinsettias De Los Andes ubicado en la ciudad de Fusagasugá, el cual ha sido una idea de negocio, constituida como empresa que inició el 28 de septiembre de 2015; fue una iniciativa familiar que dio apertura a su actividad de producción y comercialización con un producto conocido como Poinsettias, el cual es una especie de plantas propia de México, al ser el producto principal de la empresa y al encontrarse en la región andina se le atribuyó dicho nombre a la empresa.

Por esta razón es relevante realizar el presente proyecto de emprendimiento apoyado con un trabajo de investigación que favorezca el análisis del posible crecimiento de la producción y comercialización de los viveros, específicamente del Vivero Poinsettias De Los Andes; atendiendo a la necesidad evidente en el municipio desde la parte teórica al generar nuevo conocimiento sobre estrategias de producción y de mercado en viveros; así mismo se justifica emprender este trabajo desde lo práctico ya que beneficiaría a futuros proyectos de empresarios y estudiantes de esta región, sirviendo como parámetro o punto de partida para la elaboración de futuros planes de negocio.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocio para la producción y comercialización de la micro-empresa “*Vivero Poinsettias De Los Andes*” ubicada en el municipio de Fusagasugá Cundinamarca.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Elaborar el estudio administrativo que se adecue a los requerimientos del “Vivero Poinsettias De Los Andes” en el municipio de Fusagasugá.
- b) Elaborar el estudio de mercado que permita el progreso y posicionamiento de la micro-empresa en el municipio de Fusagasugá.
- c) Realizar el estudio técnico que identifique los procesos de producción, de acuerdo a las necesidades de la micro-empresa ubicada en el municipio de Fusagasugá.
- d) Elaborar el estudio financiero que facilite la identificación de la viabilidad del proyecto.

6. MARCOS TEORICO.

6.1. MARCO HISTÓRICO

La importancia de la actividad agrícola para el municipio de Fusagasugá no es un evento actual o coyuntural, es un hecho que ha estado presente desde hace más de un siglo; según escritos como el de (Sabogal 1919) en el que se afirma que para el año 1919 “*La agricultura en el municipio de Fusagasugá era la principal ocupación de sus habitantes. Aquí se cultivaba papa, maíz, trigo, arracacha, arveja: yuca, plátano, ahuyamas, café, caña de azúcar, papas, etc.*” Curiosamente este autor en el mismo texto menciona que los agricultores se empeñaban a cultivar café, caña y las anteriores mencionadas y descuidaban la producción de algodón que se daba muy bien en las zonas templadas y que se proyectaba como un producto que generaría una buena ganancia; en ese contexto el autor referenciaba el algodón como una de las mejores fuentes de riqueza para el país, en dicha época.

Fusagasugá en periodo de la conquista fue poco llamativa para los españoles, era una región de asentamientos indígenas, su atractivo se reducía a los paisajes de la naturaleza y su ubicación; además carecía de metales preciosos, que era el principal interés de los europeos. El motivo por el que se dio a conocer Fusagasugá a nivel nacional tiene otra razón, pues Félix Martínez, citado por (Gutiérrez y Velásquez 2016) mencionaba que la agricultura viverista en el Sumapaz ha permanecido incipiente, a pesar que históricamente y geográficamente es propicia para la siembra de innumerables productos de alimentación, ornato e incluso medicinal y es en este último por la cual se dio a conocer en el contexto de nuestro país. Gutiérrez y Velásquez (2016).

La producción de plantas ornamentales hace parte de la actividad económica agraria del municipio de Fusagasugá, como lo indica el informe del (POT 2011).

“Revela la existencia aproximada de 120 viveros, cuya tecnología de producción es tradicional, se desarrolla especialmente a lo largo de la vía panamericana y en el trayecto que de Fusagasugá conduce a Bogotá por el sector de la Aguadita y Chinauta”

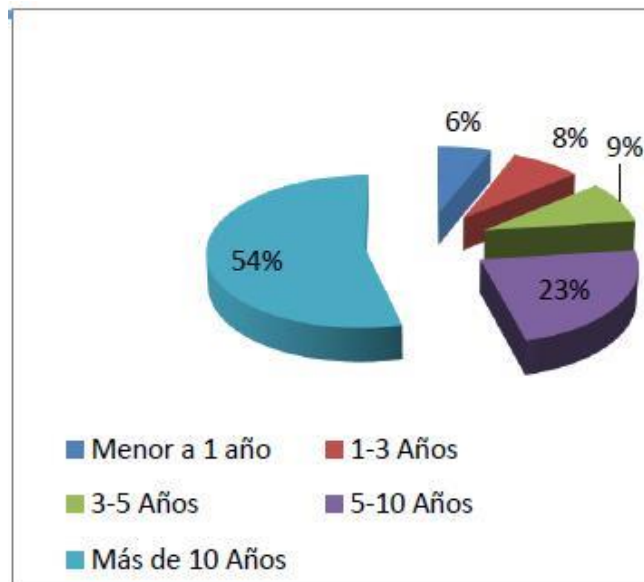
Durante muchos años las empresas han buscado alianzas con otras empresas afines para cumplir objetivos comunes y sobrevivir a las amenazas expuestas. Los viveros de la región del Sumapaz no fueron la excepción y hace 16 años, éstos, en su mayoría del municipio de Fusagasugá, constituyeron la Asociación de Viveristas de la provincia del Sumapaz (ASOVIZ).

Según la investigación realizada en (ASOVIZ) por (Gutiérrez y Velásquez 2016) afirman que.

“La asociación para el año 2016 contaba con 110 asociados, de los cuales, el 70% están ubicados en la vereda La Puerta (Chinauta); el 8% en Novillero; el 5% en la comuna sur Occidental de Fusagasugá, entre los barrios Eben Ezer, La Pampa y Maíz Amarillo; el 4% en Tierra Negra; y el resto distribuidos entre Bosachoque, Arbeláez, La Aguadita, Espinalito, El triunfo y fuera de la provincia de Sumapaz en la provincia de Tequendama con un 4% entre Viotá y Apulo”. (Gutiérrez y Velásquez, 2016)

Los viveros de Fusagasugá han sido una actividad económica de muchos años y de esta manera lo hacía saber Martínez citado por (Gutiérrez y Velásquez 2016), donde afirmaba que, el apelativo de “Ciudad Jardín” para el municipio nacía a causa de la larga trayectoria de los cultivos de flores en la geografía fusagasugueña. La figura 1, revela que el 54% de los viveros en la región del Sumapaz tienen más de 10 años de antigüedad, seguido del 23% por otros cultivos que tienen de 5 a 10 años de participación en el mercado y finalmente la existencia de un 6% para los viveros con menos de un año en el ejercicio de esta actividad en el municipio de Fusagasugá.

Figura 1. Años de permanencia de los viveros en Fusagasugá



Fuente: Adaptado de GUTIÉRREZ, C (2016)

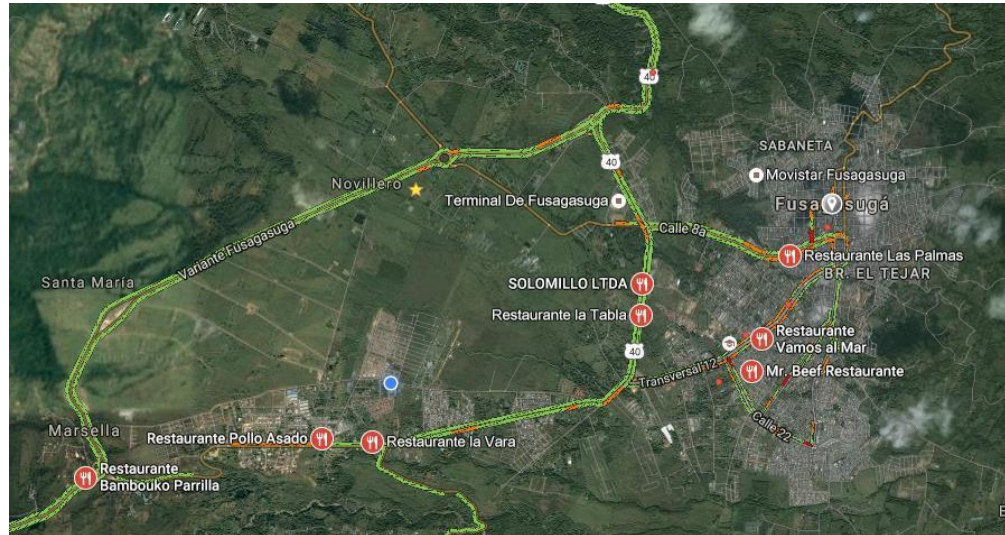
6.2. MARCO GEOGRÁFICO

6.2.1. Zonas de influencia

Teniendo en cuenta que el plan de negocios que se propone el presente proyecto se va a realizar en el Vivero Poinsettias De Los Andes es importante mencionar que estratégicamente está ubicado sobre el kilómetro 5 de la variante de Fusagasugá, en la zona rural de la vereda de novillero, delineada por el POT (Plan de Ordenamiento Territorial de Fusagasugá) del año 2011.

Esta ubicación permite la accesibilidad a todos los grupos de interés de la empresa, tales como los proveedores de insumos agrícolas y clientes mayoristas quienes tienen la facilidad de acceso gracias a la vía panamericana, a tan solo 10 minutos en vehículo desde el centro de la ciudad.

Figura 2. Zona de Influencia del Vivero Poinsettias De Los Andes



Fuente: google maps (2016)

6.3. MARCO CONCEPTUAL

6.3.1. Plan De Negocios.

Teniendo en cuenta que planear, organizar, dirigir y controlar son principios básicos de la administración, en este proyecto se tiene en cuenta la importancia de un plan de negocios, necesario para la toma de decisiones, ya que éste, según (Greg balanko-dikson 2008) es un *“Instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio”* Así que esta herramienta es útil para comunicar, estrategias, tácticas, o planes a las personas encargadas de administrar, a socios o inversionistas, en caso de tratarse de los empleados sirve para tener claro el rol que ha de desempeñar dentro de la empresa.

6.3.2. Análisis de Demanda.

Dentro de un plan de negocio uno de los pasos a ejecutar es el análisis de la demanda, según (Gabriel Baca 2013) el objetivo de dicho análisis es *“Determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto*

a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda”

6.3.3. Análisis de Oferta.

Ofrecer un bien o servicio requiere también analizar la oferta, para (Baca 2013), la finalidad del análisis de la oferta es *“determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio”*. También deben analizarse ciertos factores a la hora de ofertar, tales como, los precios en el mercado del producto, el apoyo del gobierno para la producción, las otras empresas dedicadas a la misma actividad, productos sustitutos, canales de distribución; el mismo autor también menciona que la investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollara el proyecto.

6.3.4. Estudio Técnico.

Teniendo en cuenta que un estudio técnico hace referencia a todo lo relacionado con el funcionamiento y operatividad de una empresa.

“El estudio técnico puede sub dividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo. En el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción”. Baca, (2013).

6.3.5. Estudio De Mercado.

Uno de los factores más importantes de las empresas son los productos, los cuales requieren un análisis profundo del mercado en el que se incursionan; por esto (Baca 2013) señala que, *“un estudio de mercado consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización obtenidas de información secundarias y primarias”*. De dichas fuentes se le debe dar mayor importancia a las fuentes primarias porque brindan información directa, confiable y actualizada.

6.3.6. Estudio Administrativos y Legal.

El Estado colombiano ha establecido claramente las normas que una empresa debe cumplir para fortalecer la economía nacional; de allí radica la importancia de un estudio administrativo y legal ya que para (Baca, 2013), *“Los aspectos administrativos se consideran variables que por su importancia y delicadeza merecen ser tratados a fondo en la atapa del proyecto definitivo. Por otra parte los aspectos legales, son todos aquellos dictados por la ley que se deben cumplir al momento de crear y formalizar una empresa”*

6.4. MARCO DE REFERENCIA.

6.4.1. Aspectos del entorno

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es uno de los estudios más importantes a nivel mundial de investigación sobre el emprendimiento con el objetivo de analizar las razones de la población adulta de un país para involucrarse en actividades emprendedoras y además identifica las condiciones que favorecen o dificultan este tipo de iniciativas.

Según el (GEM, 2012), Colombia ocupa el primer puesto entre 54 países que analiza esta entidad, en la intención de creación de empresa por parte de su población. Este resultado es atribuido a que los colombianos son personas que desean depender económicamente de su propio trabajo con esfuerzo y otras motivaciones, por esta razón surgen microempresas que son caracterizadas por estar constituidas por familiares con el objetivo de lograr un sostenimiento económico al realizar una actividad mercantil el cual tengan conocimientos básicos y lo más importante, donde ellos puedan invertir de manera segura con sus reducidos recursos.

Según el Raj Sisodia^(*) asegura que la mayoría de los colombianos deciden crear sus propias empresas ya que se carece de oportunidades laborales para las personas que no son profesionales o que tienen una avanzada edad y por esta razón no encajan en perfiles de trabajo requeridos por algunas empresas, generando un déficit en las oportunidades laborales para estas personas, y la única solución a esta situación es recurrir a formar sus propias microempresas, asociándose con familiares para desarrollar una actividad económica que ellos conozcan.

El presidente de la confederación colombiana de cámaras de comercio (confecamaras) Julián Domínguez (2016), afirmó para la revista Dinero el 14 de marzo del 2016, que la importancia de las Pymes en el país para el sistema productivo colombiano y demostrado por el (Rues), Registro Único Empresarial y Social, reveló la existencia de 94,7% de microempresas y 4,9% entre pequeñas y medianas empresas. Lo que esto significa que Colombia depende de las microempresas para lograr un desarrollo económico sustentable, generando nuevas oportunidades de empleo y de crecimiento económico. Según las estadísticas oficiales del DANE (2015), las microempresas tenían 11'168.109 empleados, equivalente a 50,30% del total nacional. Por su parte, las pequeñas empresas contaban con 3'907.728 trabajadores (17,60%) y las medianas con 2'864.187 colaboradores (12,90%). Por su parte, las grandes tenían 4'262.976 de plazas copadas (19,20%); como se evidencia en la siguiente tabla. (Ver tabla 1).

Tabla 1. Participación de empleo de las empresas según datos del año 2015

Tamaño de la empresa	Participación de empleo 2015
Microempresa	50,3%
Pequeña	17,6%
Mediana	12,9%
Grande	19,2%
TOTAL	100%

^(*)Profesor de Marketing en la Universidad de Bentley, director fundador del Centro de Tecnología de Marketing y es fundador y co-presidente del capitalismo consciente, Inc

Fuente: Adaptado del DANE censo económico (2015)

Además el empleo en Colombia es impulsado por las Mipymes aportando 28% del Producto Interno Bruto (PIB). Según datos del DANE del 2015 y afirmado por el presidente de Confecámaras en la entrevista de la revista DINERO anteriormente mencionada.

6.4.2. Análisis del Sector agropecuario

Según el fondo nacional de crédito al sector agropecuario – (FINAGRO, 2014), indicó que el crecimiento para el sector agropecuario en Colombia es aceptable, debido a tres causas; la primera el aumento de la demanda mundial de alimentos o productos que se conjuga con las condiciones geoclimáticas colombianas lo que permite el aumento sostenido de la oferta agropecuaria; en segundo lugar, el crecimiento reciente del sector agropecuario por encima de otros sectores de la economía nacional y por último el mejoramiento de la inversión del Gobierno Nacional dirigido al sector agropecuario.

Además recalca que Colombia es uno de los pocos países con gran potencial de expandir su área agrícola sin afectar el área de bosques naturales. Que se sostuvo con información suministrada por la FAO (Food And Agriculture Organization Of The United Nations), (FINAGRO 2014) *“Donde estima que existen en el mundo cerca 2.600 millones de hectáreas aprovechables para el desarrollo de nuevos cultivos que no están siendo utilizadas en la agricultura”*.

Lo anteriormente referenciado indica que existe una oportunidad creciente para la producción en el sector agrícola de Colombia donde se deben aprovechar las condiciones climáticas y geográficas del país sin afectar el ecosistema.

6.4.3. Aspectos generales de la Poinsettia

Cada año, al llegar las fechas próximas a la Navidad, muchos son los hogares que prefieren para su decoración tener una llamativa planta conocida comúnmente como Flor de Pascua, Flor de Navidad o Poinsettia. Esta planta originaria de Centroamérica, en especial de México, tenía un importante simbolismo para la

cultura azteca, utilizándola como remedio medicinal y para ofrecérsela a sus dioses.

6.4.4. Aspectos comerciales de la poinsettia

La revista Portafolio en un artículo del 9 de diciembre del 2012 resalta el crecimiento de la comercialización en almacenes de cadena, floristerías, plazas de mercado y hasta las aceras de las carreteras están presente la venta de la poinsettia por la temporada decembrina. Se calcula que la venta de estas plantas superan los 500 millones, y por las que se pagan unos 3.500 millones de dólares en todo el mundo.

6.4.5. Propiedades medicinales

En el artículo de botanical-online.com (2016), resalta las virtudes curativas de la planta en América Latina, donde tradicionalmente se ha usado para la curación de numerosas afecciones.

“El látex corrosivo de los tallos y las hojas se ha utilizado para eliminar el exceso de vello en el rostro o el cuerpo, al tener un efecto depilatorio. Además en los países de América central es usado también para curar problemas de la piel, como granos, cortes, llagas, tumores, forúnculos o herpes labial. Para ello se aplica directamente el látex sobre la zona afectada”. Botanical-online.com (2016).

6.5. MARCO LEGAL

Las normas legales colombianas presentes para el desarrollo del proyecto serán:

Constitución Política Colombiana; Título 12. Del régimen económico y de la hacienda pública, Capítulo 1. De las disposiciones generales:

- Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

➤ Artículo 334. La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir en el plano nacional y territorial, en un marco de sostenibilidad fiscal, el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano. (Constitución Política De Colombia 1991)

➤ Ley Mi pyme: La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia es la Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley mipyme. Fue creada principalmente con el objeto de Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas son definidas de acuerdo con el número de personas empleadas y sus activos totales. (CONGRESO DE LA REPUBLICA, 2000)

➤ La Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento 1014 de 2006, o ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos Esta ley enfatiza el fomento y creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una cátedra de emprendimiento, con el fin de contribuir al crecimiento de la economía del país. A su vez, fomenta la cultura de la cooperación, ahorro y diversas maneras de asociatividad. Este dinámico nexo entre el sector educativo e industrial se refuerza por medio de voluntariados empresariales y la opción de hacer planes de negocios, a cambio del trabajo de grado. (CONGRESO DE LA REPUBLICA 2016)

7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

La metodología utilizada para la realización del presente estudio es una investigación de carácter descriptivo, donde las variables del estudio están determinadas por información cuantitativa y cualitativa. Teniendo como referencia la metodología de Carlos Julio Galindo Ruiz (*)

Los instrumentos de observación se obtendrán a través de fuentes primarias y secundarias con el propósito de identificar las características reales de la micro-empresa y su entorno, para determinar los estudios correspondientes en beneficio de la solución del objeto de estudio. La realización de un plan de negocios reflejará la importancia de identificar la oportunidad que tiene la empresa “*Vivero Poinsettias De Los Andes*” en el mercado.

Para dar cumplimiento al primer objetivo (elaborar el estudio organizacional que se adecue a los requerimientos del “Vivero Poinsettias De Los Andes” en el municipio de Fusagasugá) se diseñará el método de planeación estratégica, el organigrama, la matriz DOFA, el plan de acción teniendo como referencia una propuesta metodológica del autor Humberto Serna Gómez experto en gerencia estratégica; también se diseñó la planeación de talento humano, todo lo anterior con la finalidad de determinar el rumbo y las acciones de la empresa.

El desarrollo del segundo objetivo (elaborar el estudio de mercado que permita el progreso y posicionamiento del micro-empresa en el municipio de Fusagasugá), para lo cual se ejecutara a través del método de observación y la obtención de fuentes de información primarias, secundarias, cuantitativas y con fines descriptivos, observando personas, acciones y situaciones que permitan deducir hallazgos.

La ejecución del tercer objetivo (realizar el estudio técnico que identifique los procesos de producción, de acuerdo a las necesidades de la micro-empresa

(*) Administrador de Empresas y autor del libro Formulación y evaluación de Planes de Negocio.

ubicada en el municipio de Fusagasugá) se utilizará un estudio técnico que identifique los procesos de producción, de acuerdo a las necesidades de la microempresa ubicada en el municipio de Fusagasugá, implementando métodos de observación, con el apoyo de fuentes secundarias de información.

Finalmente para dar cumplimiento al cuarto objetivo (elaborar el estudio financiero que facilite la identificación de la viabilidad del proyecto) se ejecutará un estudio financiero que permita la identificación de la viabilidad del proyecto, teniendo en cuenta aspectos que aporten la información necesaria para estimar la viabilidad del proyecto a través de indicadores financieros como: i) utilidad, ii) rentabilidad, iii) punto de Equilibrio, iv) Tasa interna de retorno y v) valor presente neto.

7.1. CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.

La población objeto de estudio está conformada por los viveros que se encuentran ubicados en el municipio de Fusagasugá, igualmente se tiene encuentra dentro de la población objeto de estudio a todas aquellas personas que se dediquen a comercializar plantas ornamentales, por lo cual se realizará un tipo de muestreo infinita para el cumplimiento de los intereses de proyecto.

7.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se recopilaran datos por medio de las siguientes herramientas:

- **Encuestas:** permitirá identificar la población de muestra necesaria para el cumplimiento de la misma, pretendiendo realizar un análisis a la población que comercialice las poinsettias.
- **Observación:** beneficiará la obtención de información a los viveros de Fusagasugá y de la empresa “Vivero Poinsettias De Los Andes”.
- **Diarios de campo:** con la intención de registrar hechos que son susceptibles de ser interpretados.

- **Fuentes secundarias:** documentación de proyectos, análisis, estudios y demás fuentes bibliográficas necesarias para la aplicación de la investigación.
- **Fuentes primarias:** información original producto de la investigación.

7.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el apropiado análisis de los datos recolectados en la investigación, se enfatizará en técnicas que permitan detallar el objetivo de investigación, tales como:

- **clasificación de datos:** este proceso permite cuantificar con brevedad los resultados de la encuesta.
- **Tabulación:** a través de esta técnica, se agruparon los datos obtenidos para su respectivo análisis.
- Finalmente se representaran los resultados obtenidos a través de métodos estadísticos permitiendo su correspondiente análisis de profundización.

8. RESULTADOS

8.1. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Teniendo en cuenta el primer objetivo específico del proyecto **“Elaborar un estudio administrativo y organizacional que sea apropiado a los requerimientos del Vivero Poinsettias De Los Andes en el municipio de Fusagasugá”**. Se realizó conforme a la propuesta metodológica de Carlos julio Galindo Ruiz, obteniendo los siguientes resultados:

8.1.1. Imagen Corporativa.

Figura 3. Logotipo del vivero



Fuente: Vivero Poinsettias De Los Andes (2017)

8.1.2. Descripción de la actividad empresarial.

El Vivero Poinsettias De Los Andes es una empresa dedicada a la producción y comercialización de plantas ornamentales, su producto insignia son las poinsettias o mejor conocidas como “navideñas”, estas plantas son cultivadas durante gran parte del año calendario, donde se realizan varias etapas de producción hasta el mes de octubre, cuando la planta se encuentra madura y dispuesta para la venta,

justamente para la temporada decembrina donde es altamente demandado este producto en la decoración de espacios interiores, tales como viviendas, negocios u oficinas y exteriores, en este caso jardines, balcones, fachadas, entre otros.

8.1.3. Origen de la empresa

El nombre de Vivero Poinsettias De Los Andes surge precisamente a la ubicación geográfica del cultivo, el cual se encuentra localizado sobre la región del central del país, denominada Andina. Y la palabra poinsettias debido al nombre del primer y principal producto que dio origen a la propuesta de emprendimiento.

Vivero Poinsettias De Los Andes dio inicio sus operaciones el 28 de septiembre del 2015 y en estos primeros diez ocho meses de funcionamiento comercial, el vivero logró obtener contacto con empresas regionales, lo que representa la buena aceptación del producto en los comerciantes, intermediarios y consumidor final.

8.1.4. Ubicación de la empresa

Tabla 2. Ubicación del Vivero Poinsettias De Los Andes

MACROLOCALIZACIÓN	
Continente	Sur américa
País	Colombia
Departamento	Cundinamarca
MICROLOCALIZACIÓN	
Ciudad	Fusagasugá
Sector	Novillero
Dirección	Kilómetro 5 variante de Fusagasugá.

Fuente: la investigación (2017)

Figura 3. Mapa Fusagasugá



Fuente: google maps (2017)

8.1.5. Estructura organizacional del Vivero Poinsettias De Los Andes

La microempresa cuenta con seis empleados; tres de estas personas son de tiempo completo, cumpliendo con ocho horas diarias legales, encargadas de las labores operativas relacionadas con funciones de producción de las plantas; un jefe de ventas dedicado a funciones administrativas como: solicitud de pedidos, control de inventario, atención al cliente, facturación, despacho de pedidos y cobro de cartera, apoyado por un auxiliar de medio tiempo; también se encuentra contratado un gerente encargado de las demás labores administrativas.

8.1.6. Perfil de la empresa

Vivero Poinsettias De Los Andes ha constituido un perfil estructurado así: Somos una empresa de la región del Sumapaz dedicada al cultivo y comercialización de plantas ornamentales para gran parte del territorio nacional. La experiencia de 10 años de nuestros colaboradores en el cultivo de estas plantas es nuestra garantía. Actualmente nuestro producto insignia es la poinsettia o “navideña” la cual se ha destacado por su calidad en las en empresas regionales.

8.1.7. Misión

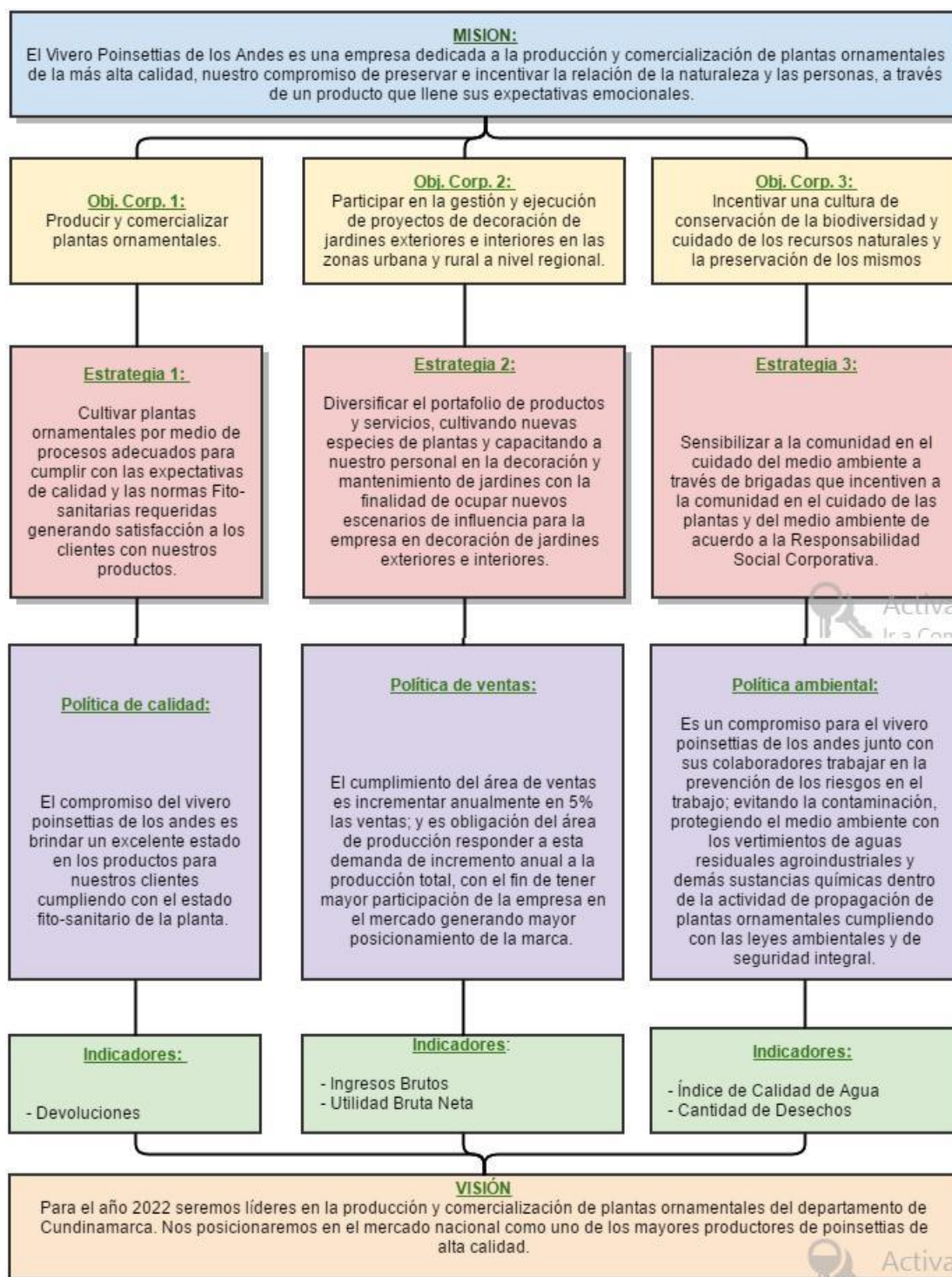
Poinsettias de los andes es una empresa dedicada a la producción y comercialización de plantas ornamentales de la más alta calidad, nuestro compromiso de preservar e incentivar la relación de la naturaleza y las personas, a través de un producto que llene sus expectativas emocionales.

8.1.8. Visión

Para el año 2022 seremos líderes en la producción y comercialización de plantas ornamentales del departamento de Cundinamarca. Nos posicionaremos en el mercado nacional como uno de los mayores productores de poinsettias de alta calidad.

8.1.9. Plan estratégico organizacional.

Figura 4. Mapa Estratégico Organizacional



Fuente: la investigación (2017)

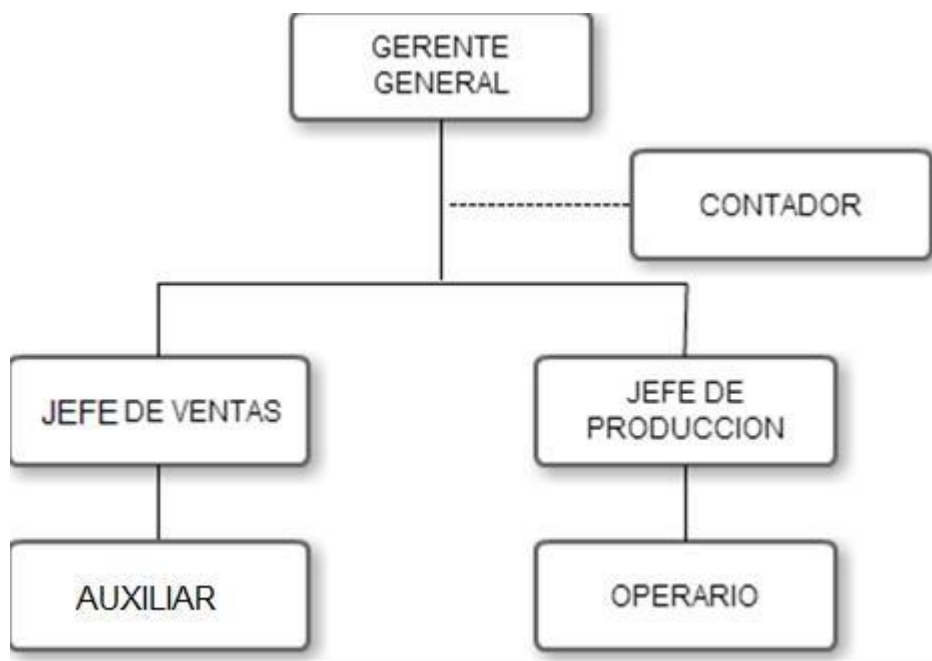
8.1.10. Valores corporativo

Como muchas otras empresas el Vivero Poinsettias De Los Andes ha reconocido la importancia de implementar valores corporativos para fortalecer las bases relacionales del entorno al que pertenece, los cuales son:

- **Respeto:** Escuchar, comprender y valorar al otro, es el propósito que tienen los colaboradores en la búsqueda de la armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- **crecimiento:** En el *Vivero Poinsettias De Los Andes* estamos convencidos de las capacidades de los colaboradores, se debe mantener una superación y un desarrollo. Las personas al igual que las empresas somos seres en potencia y en desarrollo; siempre existe una nueva posibilidad, y únicamente creciendo podremos conocer y desarrollar nuestras capacidades.
- **Calidad:** Ofrecer plantas con la mayor garantía y expectativas a nuestros clientes siendo la carta de presentación. El cumplimiento apropiado de las normas fito-sanitarias son la garantía que la empresa y nuestros colaboradores satisfacen los requerimientos de los clientes.
- **Responsabilidad social:** el cumplimiento por los intereses de nuestros clientes, colaboradores, proveedores y los recursos naturales es la responsabilidad social, el compromiso que tenemos nosotros para realizar buenas prácticas en la organización, siempre velando por los intereses comunes.
- **Trabajo en Equipo:** el aporte de todos y cada uno de los colaboradores de nuestra empresa es de importancia para la búsqueda el logro de los objetivos organizacionales generando el crecimiento personal y empresarial.

8.1.11. Organigrama

Figura 5. Organigrama lineo-funcional del Vivero Poinsettias De Los Andes



Fuente: la investigacion (2017)

Se evidencia la estructura organizacional lineo-funcional del Vivero Poinsettias De Los Andes, permitiendole aprovechar las ventajas de una estructura netamente lineal o funcional; al implementar este tipo de estructura se ve beneficiada la division de cada actividad en una función y conservar una autoridad y responsabilidad de manera jerarquica. (ver figura 5).

8.1.12. Manual de funciones

Con el objetivo de establecer y hacer cumplir las funciones que desde cada cargo los empleados han de llevar a cabo, se diseñó un formato en el que se registra de manera estructurada el qué hacer de cada uno de los miembros de la empresa. Como se evidencia en las figuras 6, 7 y 8.

8.1.13. Funciones gerente general

Figura 6. Manual de Funciones del Gerente General



MANUAL DE FUNCIONES

VIVERO POINSETTIAS DE LOS ANDES

IDENTIFICACION DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO	GERENTE GENERAL
DEPENDENCIA	AREA ADMINISTRATIVA
REPORTAR A:	JUNTA DIRECTIVA

OBJETIVO DEL CARGO Planear, organizar, dirigir y controlar las operaciones de la empresa tomando las desiones adecuadas que permitan el crecimiento y posicionamiento en el mercado.

ESPECIFICACIONES Y HABILIDADES

REQUISITOS MINIMOS	EXPERIENCIA	minimo 3 años en cargos administrativos agricolas
	FORMACION	Administrador de empresa o Ingeniero agronomo

FUNCIONES

- Conformar equipos de trabajo en la organización: contrato de personal externo para contabilidad y personal que trabajara en pro de metas de la organización.
- Planear las metas a corto y largo plazo
- Delegar funciones y evaluar periódica del cumplimiento de metas en cada área.
- Direccional la toma de decisiones y analizar situacional del entorno de la empresa.
- Realizara acompañamiento en las negociaciones con clientes y seguimiento a estrategias de ventas.

Fuente: investigación (2017)

8.1.14. Funciones Área De Venta

Figura 7. Manual de Funciones Jefe de Ventas



MANUAL DE FUNCIONES

VIVERO POINSETTIAS DE LOS ANDES

IDENTIFICACION DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO	JEFE DE VENTAS
DEPENDENCIA	AREA ADMINISTRATIVA
REPORTAR A:	GERENTE GERENAL

OBJETIVO DEL CARGO Planificar las actividades de ventas, comercialización y mercadeo, con el fin de lograr mayor posicionamiento de la empresa en el mercado.

ESPECIFICACIONES Y HABILIDADES

REQUISITOS MINIMOS	EXPERIENCIA	minimo 2 años en area de ventas
	FORMACION	Administrador de empresas

FUNCIONES

- Incurcionar el producto a nuevos mercados.
- Controlar costos de envío y transporte de los productos.
- controlar la entrega de pedidos y las formas de pago de los clientes.
- controlar gastos y planear la ganancia.
- desarrollar periodicamente estudios de mercado.
- determinar objetivos de ventas y proyecciones de ventas.
- Manejar publicidad y promociones en las ventas para atraer mayor cantidad de clientes.

Fuente: Investigación (2017)

8.1.15. Funciones Del Área De Producción

Figura 8. Manual de Funciones del Jefe de Producción



MANUAL DE FUNCIONES

VIVERO POINSETTIAS DE LOS ANDES

IDENTIFICACION DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO	JEFE DE PRODUCCION
DEPENDENCIA	AREA ADMINISTRATIVA
REPORTAR A:	GERENTE GERENAL

OBJETIVO DEL CARGO Planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades requeridas para la propagacion de las plantas, cumpliendo todas las normas y estadares calidad exigidos por el mercado.

ESPECIFICACIONES Y HABILIDADES

REQUISITOS MINIMOS	EXPERIENCIA	minimo 5 años en area de produccion
	FORMACION	ingeniero agronomo

FUNCIONES

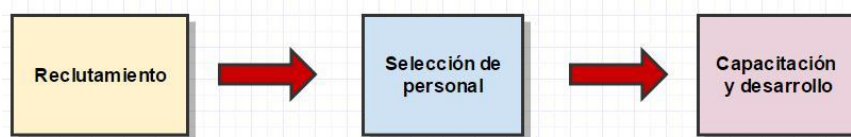
- Descarga y control de inventario de materia prima.
- Siembra y trasplantado.
- Preparación y aplicación de insumos.
- Riego y abonado.
- Control de la humedad en las plantas.
- Control y prevención de plagas y enfermedades.
- Recepción y despacho de pedidos.

Fuente: investigación (2017)

8.1.16. Planificación de talento humano

El Vivero Poinsettias De Los Andes entiende la relevancia de tener al personal adecuado a los requerimientos del cargo. Por esa razón en la figura 9 se identifica el proceso de contratación del personal, con el fin de buscar el equilibrio entre las capacidades de la persona y las actividades que debe desarrollar.

Figura 9. Proceso de Contratación de Personal



Fuente: investigación (2017)

- **Reclutamiento:** el proceso de reclutamiento realizado por la empresa está direccionado en convocar mínimo cuatro candidatos para un cargo vacante. Esta convocatoria frecuentemente se realiza por medio de las redes sociales, voz a voz o citación telefónica a personal calificado en otros viveros de la región. El tiempo en convocar entrevistas y selección se determina a la necesidad cubrir este cargo.
- **Selección de personal:** en este punto se lleva a cabo la entrevista respectiva con los candidatos citados, donde el jefe directo les realiza una serie de preguntas sobre diferentes aspectos, que permitan identificar las capacidades y habilidades de las personas que ocuparán ese cargo. Y una vez realizada la entrevista, el día siguiente se le notifica al candidato seleccionado para realizar las formalidades de la contratación.
- **Capacitación y desarrollo:** para la incursión del nuevo personal, se realiza una capacitación del área de trabajo al cual será ocupado, este proceso puede tardar de dos a tres días máximos y son direccionados por el jefe inmediato.

8.1.17. Aspecto legal y fiscal

El Vivero Poinsettias De Los Andes es una micro empresa inscrita ante la Cámara De Comercio Bogotá, con el número de matrícula 02619393 del 28 de septiembre

del 2015, bajo la actividad económica 0130 de propagación de plantas, representada por Cristian Camilo Rincón Mesa con Número de Identificación Tributaria (NIT) 1.069.750.733-1 como persona natural de régimen simplificado. Según normas de la legislación mercantil y tributaria colombiana. (Ver ANEXO 1 y 2).

8.1.18. Aspecto laboral

Contrato de trabajo: En el Vivero Poinsettias De Los Andes el proceso de contratación es manejado por el gerente de la empresa, el cual revisa las curriculum de los aspirantes y detecta las capacidades más adecuadas para ocupar la vacante en la empresa; una vez seleccionada la persona que ocupará el cargo se le hace entrega de una copia del contrato para que posteriormente lea y manifieste estar de acuerdo con las condiciones, las responsabilidades, funciones y características del puesto.

Reglamento de trabajo: en la empresa no existe un reglamento de trabajo explícito donde se identifiquen las normas y conductas que están sometidos los empleados a cumplir. En el vivero se exigen normas básicas para la sana convivencia entre todos los integrantes sin importar el nivel jerárquico. Estas normas son las siguientes:

Figura 10. Normas Básicas De trabajo



- La jornada de trabajo es de lunes a viernes de 8 AM a 4 PM y los sábados de 7 AM a 12 M. Con una hora de almuerzo a excepción del sábado.



- No se le permite el ingreso de trabajadores con efectos de bebidas alcohólicas o sustancias psicoactivas.



- La manipulación de la herramienta de trabajo debe ser usada de manera coherente a la destinación de la misma.



- Se debe tener un ambiente de respeto y tolerancia en todos los espacios de trabajo de la empresa entre todos los empleados.

Fuente: investigación (2017)

8.1.19. Aspecto ecológico.

El Vivero Poinsettias De Los Andes es consciente del impacto ecológico que tiene su actividad sobre el ecosistema donde se localiza. El registró ICA 25290-82-VIV respalda las buenas practicas del vivero en su área operativa, teniendo zonas de desinfección, preparación de agroquímicos, de desechos orgánicos, y demás requerimientos exigidos por esta entidad para la obtención de este certificado. (Ver ANEXO 3).

8.1.20. Análisis DOFA

La metodología para realizar el diseño del análisis DOFA y los planes de acción se utilizó una guía metodológica diseñada por Humberto Serna Gómez^(*) (ver tabla 4).

^(*)Ed. D. en Administración, Planeación y Política Social, Harvard University. M. A. en Administración educativa, Stanford University. Doctor en Derecho y Ciencias Políticas, Universidad de Antioquia. Autor del libro Gerencia estratégica. Teoría – metodología – alineamiento, implementación y mapas estratégicos. 10 edición, Bogotá, D. C. 3R editores. 2008.

Tabla 4. Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con el personal capacitado - producción en masa - los ciclos del producción son de cortos plazo 	<ul style="list-style-type: none"> - No se cuenta con transporte propio para el traslado de los producto - No se cuenta con terreno propio. Terreno en arriendo - Nivel de 10% de mortandad en la producción por lote - Falta de publicidad para obtener reconocimiento en el mercado - Falta de maquinaria tecnificada (sistema de riego)
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> - aprovechamiento del clima y del PH del suelo en Fusagasugá. - crecimiento urbanístico del municipio. - diversificación del mercado objetivo. - posibilidad de exportación. - posibilidad de importar semillas con mejores características. 	<p>F.O.1- aprovechar las condiciones climáticas de Fusagasugá capacitando al personal en el manejo de los recursos naturales para la producción de plantas de óptima calidad.</p> <p>F.O.2- Importar semillas de mejor calidad que permite un proceso de enraíce adecuado para la producción de un producto de mejores características.</p>	<p>D.O.1- Reducir el porcentaje de mortandad en las plantas a través de procesos de importación de semillas de mejores calidad.</p> <p>D.O.2- Realizar campañas publicitarias de la empresa y su producto acogiendo futuros clientes, aprovechando el crecimiento poblacional que se registra en Fusagasugá.</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> - Altos precios en los insumos - Precios bajos de la oferta. - Productos sustitutos - Bajos subsidios y poco apoyo del estado. - Desarrollo de nuevos plagas de difícil control. 	<p>F.A.1- Capacitar el personal en el control de nuevas plagas en el área de producción.</p>	<p>D.A.1- Implementar maquinaria tecnificada en los procesos productivos para alcanzar metas en el inventario y tener el control en el crecimiento de los lotes.</p>

Fuente: investigación (2017)

8.1.21. Plan de acción.

Tabla 5. Plan de acción para la estrategia D.O

2. Tareas / acciones/ para lograr la propuesta basica	3. tiempo	4. Metas	5.Responsable	6. Recursos necesarios	7. limitacion
consultar normas de importacion	5 dias	Evitar riesgos legales de aduana	gerente general	legilacion aduanera	lentitud de consulta
generar presupuesto del costo de importacion	2 dias	identificar el costo de importacion	gerente general	Tiempo	ninguno
cotizar semillas en mexico y EE.UU	5 dias	identificar el costo de la semilla	gerente general y jefe de produccion	tiempo telefono asesor en	no contactar con los proveedores adecuados negociacion
Evaluar los contratos de importacion	2 dias	obtener un contrato icoterms CIF	gerente general	comercio exterior asesor en	del termino icoterms
identificar la mejor propuesta	1 dia	Costos bajos	gerente general y jefe de produccion	comercio exterior	valor del producto no contar los
generar la aprobacion de compra	2 dias	pago de la factura	gerente general	presupuesto requerido	fondos adecuados problemas
desembarque de la semilla	2 dias	sea entregado en las intalaciones de la empresa	gerente general	adecuacion de bodega	en el trasporte

Fuente: investigación (2017)

Tabla 6. Plan de acción estrategia F.O.2 y F.A.1

proyecto estrategico	Necesitamos capacitar al personal	Responsable JEFE DE PRODUCCION unidad estrategica PARTAMENTO DE PRODUCCI			
estrategia basica	F.O.2 y F.A.1	1. indicador de éxito global asegurar el aumento de la produccion en un 5%			
2. Tareas / acciones/ para lograr la propuesta basica Cotizar empresas de capacitacion de personal	3. tiempo 3 dias	4. Metas Costo bajo	5.Responsable gerente general	6. Recursos necesarios tiempo base de datos	7. limitacion presupuestos
seleccionar la propuesta mas indicada a los requerimientos	2 dias	Actividades acorde alas necesidades de los empleado	gerente general y jefe de produccion	presupuesto requerido	no contar con propuestas favorables
ejecutar la actividades de capacitacion	1 semana	desarrollo competitivo del trabajador	empresa contratada y empleados	tiempo	condiciones y recursos fisicos
evaluar el desempeño de los empleados	2 dias	mejorar la calidad de la planta	gerente gernal y jefe de produccion	metodos de evaluacion	no contar con las herramientas adecuadas

Fuente: Investigación (2017)

Tabla 7. Plan de acción estrategia D.A

Objeto estratégico	Debemos modernizar los procesos tecnológicos	Responsable				
estrategia básica	D.A.1	JEFE DE PRODUCCION unidad estratégica PARTAMENTO DE PRODUCCION	1. indicador de éxito global Disminuir los costos de producción			
2. Tareas / acciones/ para						
lograr la propuesta básica Realizar un estudio técnico	3. tiempo 20 días	4. Metas identificar la maquinaria necesaria planificación de los recursos adecuados	5.Responsable jefe de producción	6. Recursos necesarios asesor externo	7. limitacion dificultad de la información recueros financieros presupuesto requerido	
realizar un presupuesto cotizar la maquinaria necesaria	2 días	bajos precios	gerente general	Tiempo	confiabilidad e la	
evaluar las garantías del proveedor implementar	3 días	calidad. Vida útil. Servicio post venta aumentar la	gerente general y jefe de producción jefe de producción		maquinaria distribucion de la planta	
maquinaria	30 días	calidad	produccion	tiempo		
evaluar desempeño de la maquinaria	2 días	reducir costos de M.O	gerenete general	metodos de evaluacion de rendimiento		

Fuente (investigación 2017)

8.1.22. Análisis

Finalizado la elaboración del estudio administrativo se puede deducir que aunque la empresa contaba con algunos de los componentes de la estructura organizacional se evidenciaba la falta de claridad, muchos de éstos no correspondían a lo que propone la empresa; durante la realización de este trabajo se reforzaron algunos de los aspectos mencionados en este capítulo, lo cual garantiza que la empresa actualmente cuente con una estructura formal que le

permitirá tener el control de su actividad, operar de forma ordenada, tener claro su horizonte o su razón de ser y con esto estar al nivel para competir con otras empresas.

8.2. ESTUDIO DE MERCADO

Teniendo presente el segundo objetivo de la investigación “**elaborar un estudio de mercado que permita el desarrollo y posicionamiento de la micro-empresa en el municipio de Fusagasugá**”. Se realizó una descripción detallada de la poinsettia, la demanda y la oferta, también se analizaron los competidores que cultivan este mismo tipo de planta y se estableció la influencia de cada uno de éstos en el mercado; igualmente se hizo un reconociendo de los diferentes proveedores en el municipio con la intención de identificar las diferentes opciones de abastecimiento y evitar la dependencia exclusivamente con uno de ellos.

Todo lo anterior se basa en la información obtenida por la encuesta (ver anexo 4), que fue aplicada a la población objeto de estudio con un tamaño de muestra de 80 personas, número obtenido a través de la formula expresada en la tabla 8; se planteó esta fórmula siguiendo la metodología de (Galindo, 2013), como se muestra a continuación:

Tabla 8. Tamaño de la Muestra

TAMAÑO DE LA MUESTRA		
N	tamaño de la muestra	80
Z	Nivel de confianza	1,96
P	variable negativa	0,2
Q	variable positiva	0,8
N	tamaño de la población	120
E	Error	0,05

$$n = \frac{(1.96)^2 * 120(0.8)(0.2) / (0.05)^2(119) + (1.96)^2(0.2)(0.8)}{(3.84)120(0.8)(0.2) / (0.0025)(119) + (3.84)(.2)(.8)}$$

$$n = 73.728 / 0.912156$$

$$n = 80.82$$

$$n = 80$$

8.2.1. Identificación del producto

Las poinsettias son plantas ornamentales que generalmente alcanzan una altura entre los 30 centímetros a los 3 metros. La principal característica de estas plantas es el color de sus hojas o “brácteas”, que habitualmente son color rojo, pero como lo demuestra la figura 11, se pueden encontrar otros colores alternativos de la poinsettias, como por ejemplo el amarillo, verde pálido, crema, rosa, blanco, o de mármol. Acompañadas del color verde oscuro de sus hojas inferiores que pueden medir de 7 a 16 centímetros.

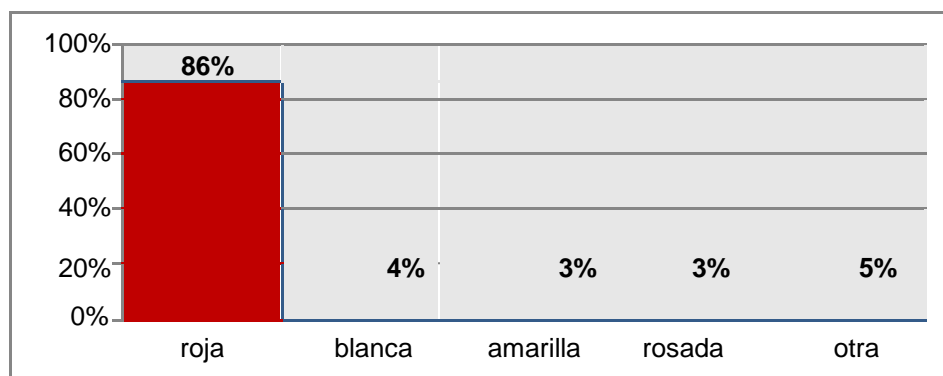
Figura 11. Colores de la Poinsettia



Fuente: Vivero Poinsettias De Los Andes (2016)

Según la encuesta realizada en esta investigación, el 86% de las personas respondieron que color que más demandan los compradores es el rojo, mientras que el otro 14% de las personas prefieren comercializar otros colores de la planta, tales como, amarillas, blancas, rosadas y entre otras. (Ver figura 12)

Figura 12. Color de mayor aceptación

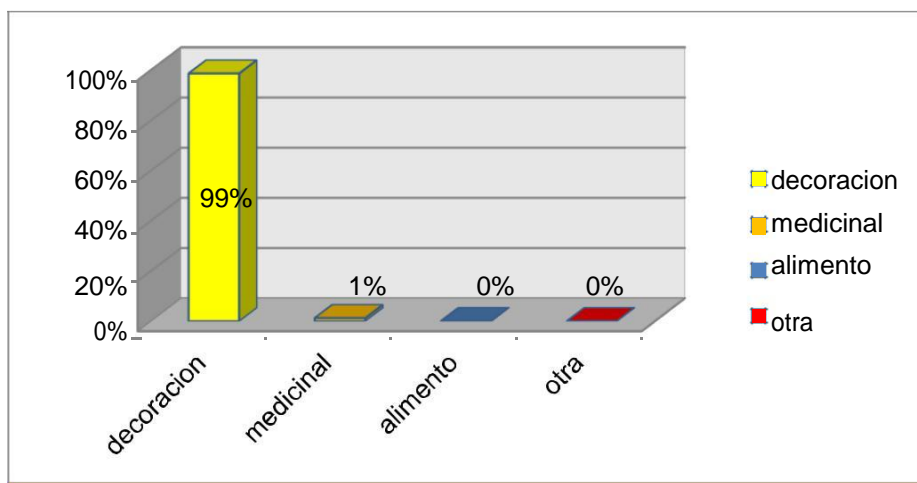


Fuente: investigación (2017)

8.2.2. Usos de la poinsettia.

El principal uso de la planta es de carácter decorativo, ya que hacen parte de los adornos en hogares y zonas verdes en épocas de fin de año, como se observa en la figura 13. Además algunos clientes manifiestan experimentar una sensación de satisfacción, tranquilidad y armonía con la naturaleza al conservarlas en su entorno; el cuidado que requiere esta planta busca también concientizar a las personas acerca del cuidado del medio ambiente.

Figura 13. Usos habituales de la poinsettia



Fuente: investigación (2017)

8.2.3. Presentación del producto.

De acuerdo a los resultados del trabajo de observación y la información recogida por las fuentes primarias; se encontró que las poinsettias son trasplantadas en macetas de plástico en las referencias P10, P14, P18 y P30 (*). Permanecen allí durante el tiempo de producción, y cuando son vendidas están plantas, son empacadas en un capuchón(*) o bolsa plástica que cubre el follaje de las plantas como se aprecia en la figura 15; posteriormente son empacadas en cajas de cartón por cantidades de 4, 9, 16 o 25, dependiendo de la referencia de la maceta, ya que

(*) Las referencias de P10, P14, P18 y P30, indican el tamaño del macetero plástico en cuenta a sus dimensiones. Ejemplo; P10= 10cm ancho x alto x largo

(*) El capuchón es la bolsa plástica en la cual se empaqueta la planta con la finalidad de proteger su follaje en el traslado de la misma.

el tamaño determina la cantidad que soporta cada una de las cajas. (Ver figura 14).

El correcto embalaje de estas plantas evita que se deterioren durante el traslado y la entrega; habitualmente son transportadas en camiones de carga adecuados para el desplazamiento de todo tipo de plantas ornamentales, garantizando el buen estado de las plantas durante el recorrido.

Figura 14. Embalaje de las Poinsettias P14



Fuente: Vivero Poinsettias De Los Andes (2016)

Figura 15. Presentación de la Poinsettia P14

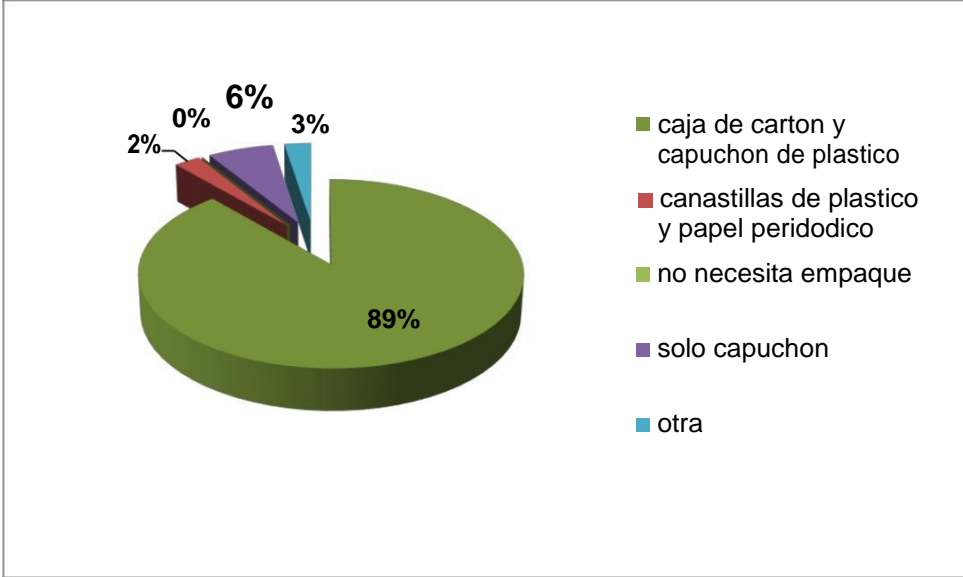


Fuente: Vivero Poinsettias De Los Andes (2016)

Según los resultados de esta investigación, se identificó que el 89% de los clientes determinan que la mejor opción de empaçado que garantiza las condiciones

ideales para la conservación de la planta es el uso del capuchón y la caja de carton; Mientras que el 6% de los encuestados indican que es suficiente la utilización únicamente del capuchón, el 3% manifiesta útil otro tipo de empaque, el 2% afirma que se puede garantizar un correcto empaque empleando papel periódico y canastillas plásticas, finalmente ninguna persona respondió que la planta no necesita empaque, (ver figura 16).

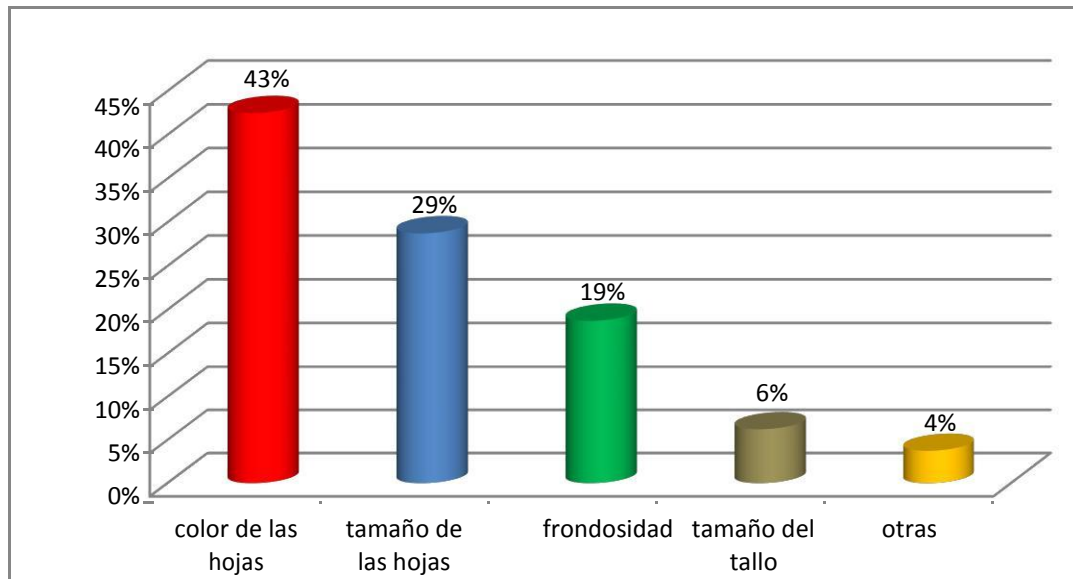
Figura 16. Empaque Ideal



Fuente: investigación (2017)

8.2.4. Características físicas idóneas de la poinsettias.

Figura 17. Características físicas idóneas de la poinsettia



Fuente: investigación (2017)

Cuando hablamos de las características físicas idóneas se hace referencia a los estándares requeridos por la demanda, los cuales son bastante exigentes con ciertos detalles particulares, como lo demuestra la figura 17; donde se observa que el 43% de los encuestados indicaron que el color de las hojas es la principal característica a tener en cuenta por ellos al momento de comprar las poinsettias, seguida por el tamaño de las hojas de un 29% y el otro 29% prefiere que las plantas cumplan con otras características. Lo anterior permite que el Vivero Poinsettias De Los Andes se enfoque a cultivar plantas que cumplan con estas características para de satisfacer la demanda.

El tamaño de las hojas rojas debe ser entre 7 a 13 centímetros de largas con 5 a 10 centímetros de longitud, (ver figura 18). En caso de las hojas verdes no es importante el tamaño, pero es clave que estas hojas sean totalmente verdes, sin amarillamiento. Pero en lo se centra la calidad de una poinsettias es que sea una planta libre de enfermedades y hongos que afecten el bienestar de la planta.

Figura 18. Calidad de la Hoja



Fuente: Vivero Poinsettias De Los Andes (2016)

8.2.5. Punto de venta

El punto de producción y venta del Vivero Poinsettias De Los Andes se encuentra situada sobre el kilómetro 5 de la variante de Fusagasugá; la ubicación sobre esta ruta interdepartamental le beneficia el acceso y reduce tiempo de desplazamiento a los clientes y proveedores, situación que lo diferencia de las empresas competidoras quienes están localizados en zonas verdes de difícil acceso.

Figura 19. Punto de venta del Vivero Poinsettias De Los Andes



Fuente: investigación (2017)

8.2.6. Productos sustitutos

Los productores de poinsettias ven amenazada su inversión ante la competencia con algunos productos sintéticos (replicas artificiales) los cuales imitan su forma y colores; éstos son usados de igual manera como material decorativo para las festividades decembrinas. Con lo anterior se evidencia la desventaja frente a estos productos ya que este material al ser artificial, no requiere de agua ni cuidados especiales, sumado a esto se puede guardar y reutilizar para otra ocasión, ahorrando costos para el consumidor; el aspecto de dicha planta es tal y como se evidencia en la figura 20.

Quienes prefieren comprar este producto desconocen las ventajas que posee la planta natural pues además de aportar al medio ambiente su apariencia, color y textura, son más agradables a la vista cumpliendo con su función de decorar y embellecer ambientes.

Figura 20. Poinsettias en material sintético



Fuente: <https://es.aliexpress.com>

8.2.7. Productos complementarios

En las figuras 21, 22 y 23 se muestran artículos como las materas y los capuchones, siendo éstos los principales productos complementarios de la poinsettia, debido a que hacen parte de la presentación e imagen del producto. Existen diferentes tipos de materas como las plásticas, las cerámicas, las de arcilla

y de madera con decoraciones alegóricas a la navidad, lo cual genera un valor a las plantas. Otro producto complementario es el capuchón con diseño, como se demuestra en la figura 23. Estos productos permiten brindar al cliente o consumidor un ambiente de satisfacción conforme a estas festividades.

Figura 21. Materas decorativas



Fuente: www.solountip.com

Figura 22. Matera Decorativa en Madera



Fuente: vivero poinsettias de los andes (2016)

Figura 23. Capuchón plástico decorativo

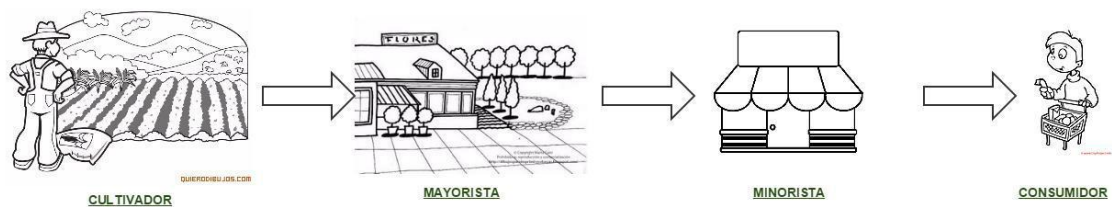


Fuente: agroempaq.com

8.2.8. Canales de distribución

En la figura 24 se identifica el canal de distribución utilizado habitualmente por este sector económico y aplicado por el Vivero Poinsettias De Los Andes. El cual le permite realizar una distribución directa de su producto con sus clientes principales (comerciantes de plantas ornamentales, empresas de decoración y jardinería, floristerías y entidades públicas).

Figura 24. Canal de distribución



Fuente: investigación (2017)

Inicialmente el cultivador se encarga de la producción de las plantas, posteriormente es vendida a un comerciante

mayorista, quien se encarga de la producción de las plantas, mayorista, quien se encarga de

distribuir las a punto de venta minoristas donde finalmente el consumidor las adquiere.

8.2.9. Segmentación del mercado

Para la exitosa creación de una empresa es necesario reconocer el mercado potencial que podría adquirir los diferentes productos que serán ofrecidos, deduciendo que uno de los principales objetivos de esta actividad es la designación de los sectores a los cuales se dirigirá el producto.

Para generar una oferta atractiva que llame la atención de las personas que conforman los diferentes mercados, es necesario conocer las características, la ubicación, las dinámicas, los comportamientos y preferencias de éstos, por tal motivo se han elegido una serie de parámetros para organizar y caracterizar su información, en esta oportunidad se busca recoger información de tipo demográfico, psicográfico, geográfico y otros criterios específicos como se muestra en la tabla 9

Tabla 9. Segmentación del mercado

DEMOGRÁFICO	Nacionalidad	Colombianos
	Edad	18 a 70 años
	Genero	masculino – femenino
	Ocupación	Independientes
	fuentes de ingresos	Comercialización de plantas
	nivel de educación	Primaria-Bachiller
	clase social	Clase media
PSICOGRÁFICAS	estado civil	casados con hijos
	Personalidad	Estable socialmente
GEOGRÁFICAS	estilo de vida	Conservado
	País	Colombia
	Región	Central
	Localidad	Fusagasugá
CRITERIO ESPECÍFICOS	Clima	templado- cálido
	Nivel de consumo	16 a 400 unidades
	motivos de compra	Económicos

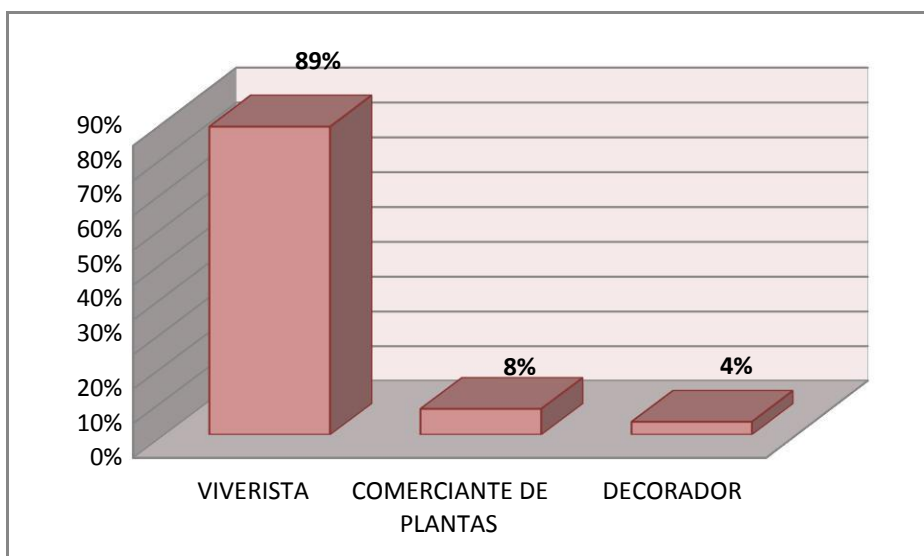
	sensibilidad a la calidad	cumplimiento Fito sanitario
	sensibilidad al precio	acorde a la oferta
	uso del producto	Comercialización
	fidelidad de compra	prestigio de la marca
	lugar de compra	Fusagasugá
	Frecuencia	una vez a la semana

Fuente: investigación (2017)

8.2.10. Clientes potenciales.

Según resultados de la encuesta realizada, los principales clientes del Vivero Poinsettias De Los Andes son otros viveros de la región que no cuentan con producción de esta especie, quienes se dedican a comercializarlas con otras ciudades del país; se puede evidenciar que existen otros tipos de clientes como los comerciantes independientes quienes establecen negocio con almacenes de cadena y otros sectores; las personas de decoración de ambientes y los vendedores informales dedicados a invertir en productos que se encuentran en auge según la temporada.

Figura 25. Clientes Potenciales



Fuente: investigación (2017)

La gráfica anterior, revela que el 89% de los clientes del Vivero Poinsettias De Los Andes son otros viveros, seguido de un 8% por personas que ejercen únicamente

la actividad de comercialización de plantas ornamentales, y finalmente con un 4% son las personas que se dedican a la decoración de espacios interiores y exteriores.

8.2.11. Estimación de la demanda futura.

El Vivero Poinsettias De Los Andes se ha propuesto para una estimación de demanda futura, un crecimiento gradual del 5% en las ventas totales anuales. De esta manera alcanzar en año 2021 un crecimiento total del 26% en las ventas anuales, así obtener un mejor posicionamiento y mayor reconocimiento de la marca y de los productos ofrecidos. En la tabla 10 se expresa la proyección de ventas para los años 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021.

Tabla 10. Proyección de ventas

VENTAS TOTALES DEL PROYECTO CON UN INCREMENTO PROBABLE					5%
AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	
40000	42000	44100	46305	48620	

Fuente: investigación (2017)

8.2.12. Oferta

En Colombia la poinsettia es un producto ofertado por floristerías, viveros, vendedores informales, almacenes de cadena y supermercados, el precio que comúnmente tiene en los principales puntos de venta oscila entre los \$11.000 y \$15.000 pesos, dependiendo su presentación y tamaño.

Figura 26. Venta de Poinsettias en Almacenes de cadena



Fuente: investigación (2017)

Según la publicación de la revista Portafolio del 9 de diciembre del 2012, En Colombia se alcanza a producir un millón de poinsettias anuales, para la temporada decembrina; estas plantas solo tienen comercio durante los meses de octubre, noviembre y diciembre ya que son parte de las decoraciones navideñas, y las tradiciones de fin de año.

El “*Vivero Poinsettias De Los Andes*” participa en este mercado con un 4%, porque es capaz de producir 40.000 poinsettias y ofrecerlas a todo tipo de público en el municipio de Fusagasugá; lo anterior permite afirmar que esta empresa se ha posicionado en el mercado del municipio como una de más empresas con mayor producción de esta planta. En la figura 27 se puede observar una parte del cultivo de esta empresa.

Figura 27. Cultivo de poinsettias



Fuente: Vivero Poinsettias De Los Andes (2016).

8.2.13. Análisis de precios

El precio de las poinsettias varía según su presentación, tamaño y aspecto, el tamaño más pequeño de las plantas es el que se encuentra sembrado en matera con referencia p10, esta planta alcanza una altura de 30cm siendo ésta la más económica de la oferta con un precio de \$4.500; el siguiente tamaño es alcanza 45cm de altura con un valor de \$6.500; en el caso de la planta sembrada en p18 que se oferta con un valor de \$15.000 alcanza una altura de 80cm; el tamaño más

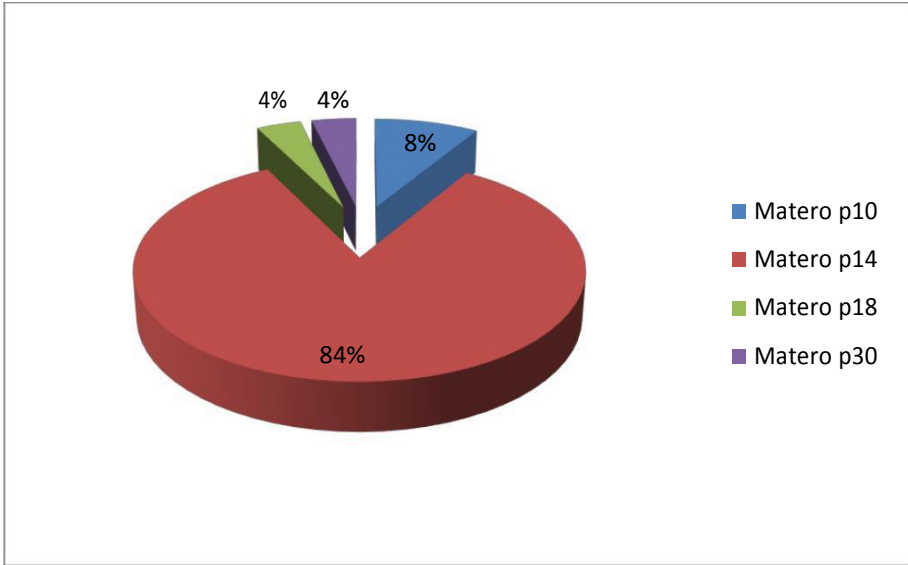
grande que se ofrece y por ende la más costosa es la que se encuentra sembrada en matera p30 supera los 110 cm de altura y es vendida a \$30.000, (ver figura 28).

Figura 28. Precios de la poinsettias según su referencia



Fuente: vivero poinsettias de los andes (2016)

Figura 29. Demanda de las poinsettias según su referencia

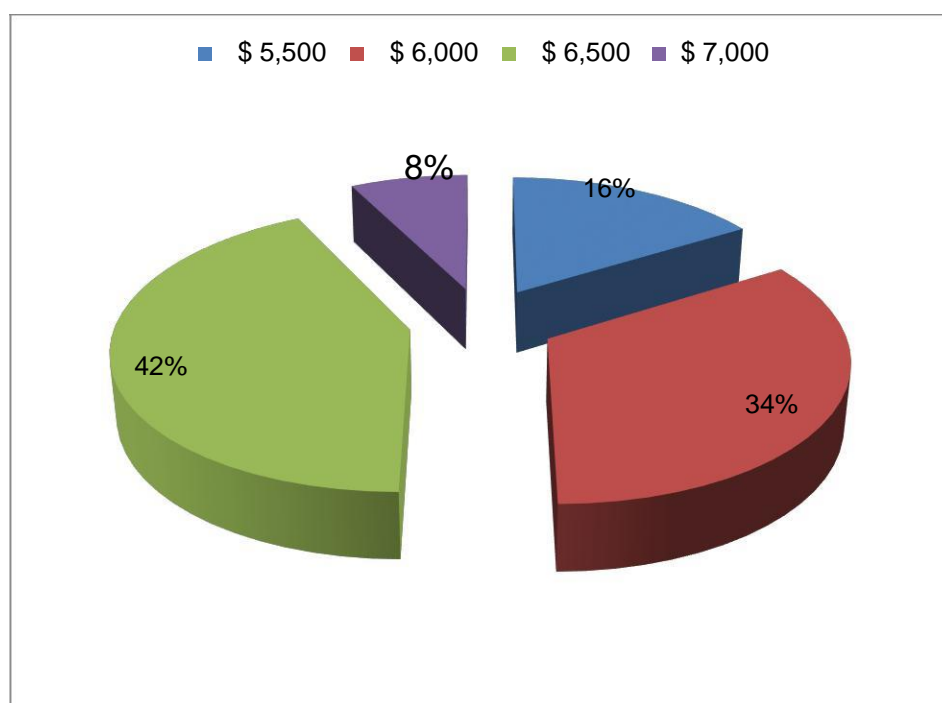


Fuente: investigación (2017)

Según la gráfica anterior se resalta que el 84% de las personas encuestadas indican que sus compras se centran principalmente en las poinsettias de matero P14, mientras

que el 16 % sobrante prefiere comercializar con plantas de las referencias de matero P10, P18 y P30. Esto indica que existe mayor demanda por las “navideñas” en este matero, lo que implicaría que la producción de estas plantas debe centrarse en esta referencia en especial.

Figura 30. Precio Promedio de la poinsettia P14

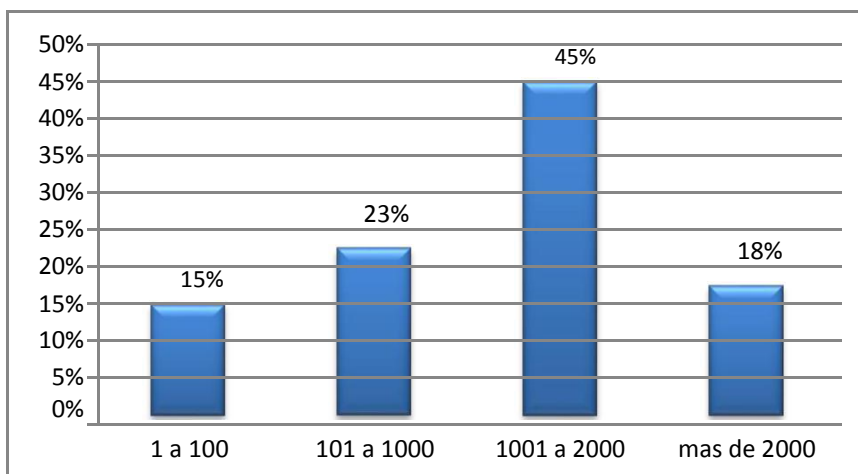


Fuente: investigación (2017)

Según los resultados, la investigación revela que el 42% de los encuestados indicaron el precio promedio por el cual compran habitualmente la poinsettia en matero P14 siendo este de \$ 6.500, seguido por 34% quienes afirman que han realizado compras por este mismo producto a \$6.000 pesos y finalmente, un 24% de los clientes indican que adquieren la “flor de pascua” a otros precios.

Se ha observado el crecimiento de la comercialización de las poinsettias durante los últimos años para la temporada decembrina; la presente investigación registra en la actualidad el número de plantas que acostumbran comprar los clientes, en la figura 31 se identifica las cantidades demandadas por los éstos.

Figura 31. Cantidades demandadas



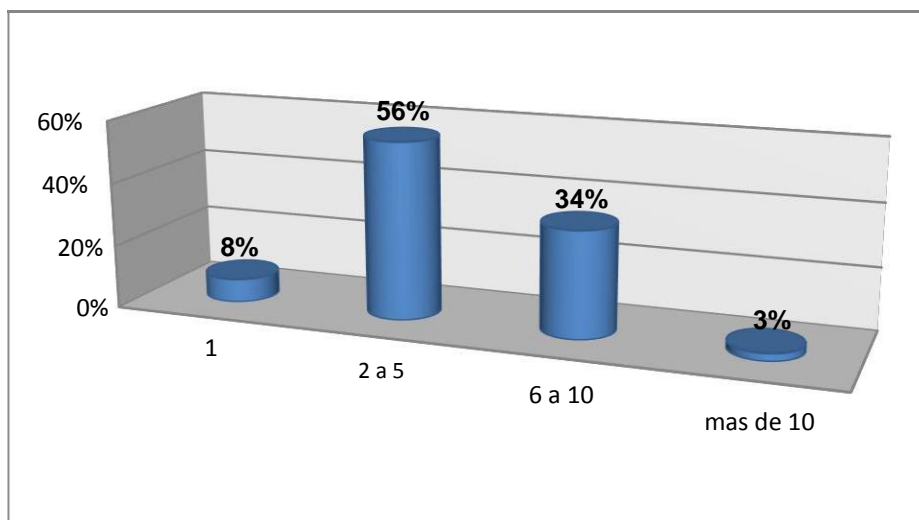
Fuente: investigación (2017)

Según la figura 31, el 45% de los encuestados indican que realizan compras anuales de 1001 a 2000 unidades de poinsettias, seguido por un 23% de quienes afirman que tienen la capacidad de demandar entre 101 a 1000 unidades anualmente; un 18% afirmaron haber comprado más de 2000 plantas y solo el 15% compran de 1 a 100 plantas; esto garantiza que el 68% de la demanda supera con facilidad las 1000 unidades requeridas, beneficiando las expectativas de crecimiento del Vivero Poinsettias De Los Andes en el mercado.

8.2.14. Análisis de los competidores.

Analizar las empresas competidoras es importante, ya que con la existencia de éstas genera la necesidad de mejorar los procesos, los productos, el mercadeo, el aprovechamiento de los recursos, la atención al cliente y otros factores que aportan al crecimiento y el progreso de una empresa si se pretende superar a las otras. Con la investigación realizada se pudo definir las demás empresas que compiten en la producción y comercialización de las poinsettias; en la figura 32, se identificó la cantidad de unidades productivas de la “navideña” en la municipio de Fusagasugá.

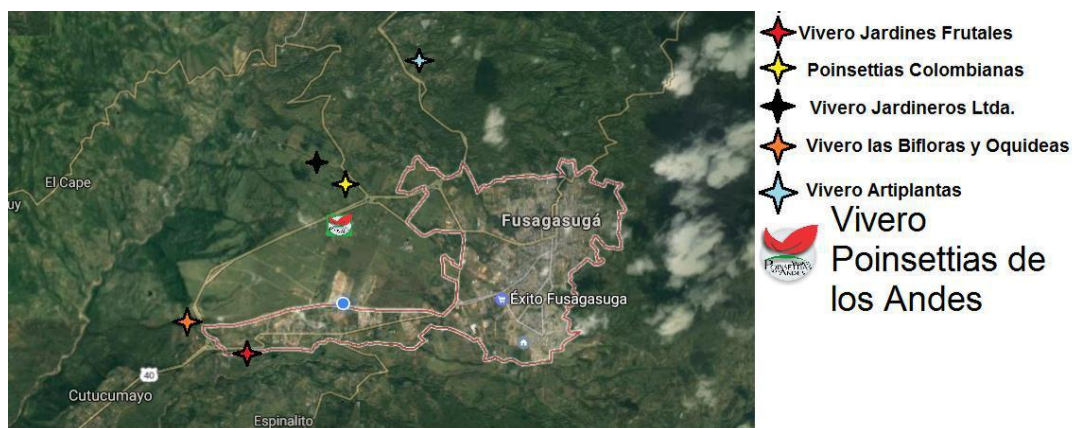
Figura 32. Identificación de la Competencia



Fuente: investigación (2017)

Con relación a la gráfica anterior (ver figura 32), se puede afirmar que el 56% de los encuestados indicó la existencia de 2 a 5 empresas cultivadoras de poinsettias en el municipio de Fusagasugá, seguido por un 34% que certifica la presencia de 6 a 10 cultivos de esta planta. La existencia de estas empresas competidoras genera la necesidad de aumento la calidad de los productos y fomentar la sana competencia entre éstas, favoreciendo el crecimiento y desarrollo de esta actividad en el municipio.

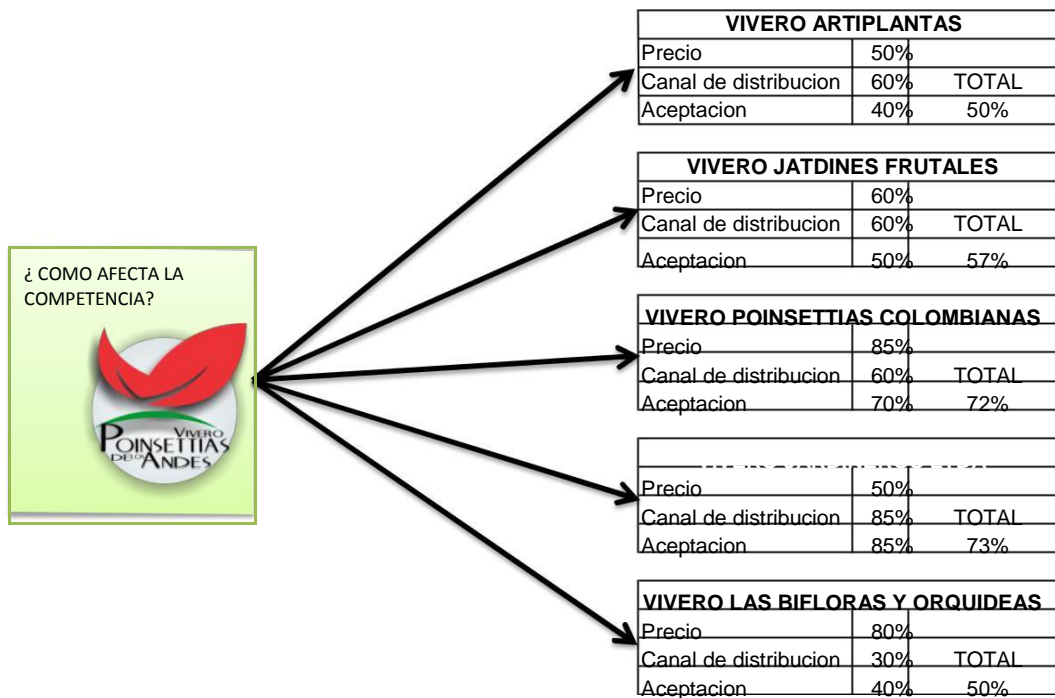
Figura 33. Ubicación Geográfica de los Competidores



Fuente: Adaptado de google maps (2017).

En la figura 33 se demuestra la localización geográfica de los cultivos competidores del Vivero Poinsettias De Los Andes en el municipio de Fusagasugá, revelando la existencia de 6 viveros productores de poinsettias además de otras plantas ornamentales, estos viveros tienen la capacidad de producir 60.000 “flores de pascua” anualmente; en la vereda Bosachoque se ubica el vivero Artiplantas; otros dos viveros se encuentran ubicados sobre la vía que del municipio conduce a Tibacuy; en el sector denominado Jaibana o vía Chinauta – Fusagasugá están ubicados otros dos viveros productores de poinsettias y finalmente el vivero poinsettias de los andes, que se encuentra sobre el kilómetro 5 de la variante de Fusagasugá en el la vida que comunica a Melgar con Bogotá.

Figura 34. Afectación de la competencia



Fuente: investigación (2017)

Los resultados expuestos en la figura 34, revelan el nivel de afectación en particular de dos empresas cultivadoras de la zona de Fusagasugá. El competidor Vivero Jardineros Ltda. Afecta al “Vivero Poinsettias De Los Andes” en un 73%,

esto es causado porque esta empresa cuenta con un canal de distribución óptimo y una buena aceptación en el mercado de su producto, pero sus precios son un poco más altos a diferencia de los demás competidores, lo que generaría un grado menor de afectación. Por otra parte el Vivero Poinsettias Colombianas, vivero Jardines Frutales y Vivero Bifloras y Orquídeas representa un grado de afectación importante ya que ofrecen sus productos a un menor precio pero sus canales de distribución y calidad son menores; finalmente el vivero Artiplantas afecta en mejor proporción al Vivero Poinsettias de los Andes porque ofrece sus productos con menor aceptación en el mercado.

8.2.15. Comercialización del Vivero Poinsettias de los Andes.

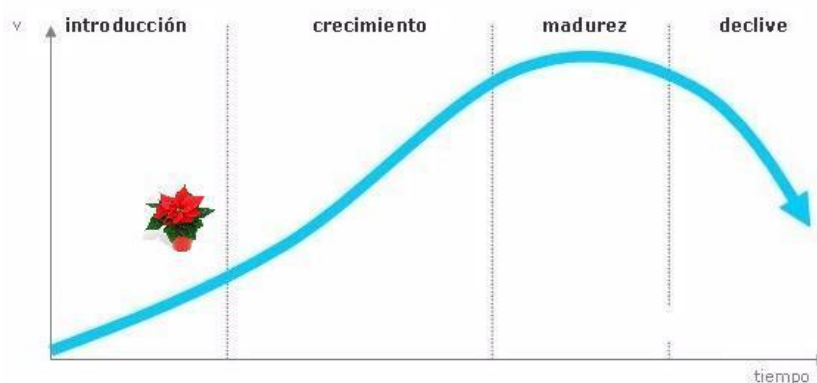
La comercialización de las poinsettias se realizara de dos maneras diferentes:

- **Ventas al por mayor:** La venta son realizadas principalmente al por mayor, debido a que los clientes potenciales son empresas de decoración y jardinería, comerciantes, otros viveros. Donde estos realizan pedidos de gran tamaño; además de que la entrega se realiza directamente en el punto de producción del “*Vivero Poinsettias De Los Andes*” aunque en algunas ocasiones se envía el material al cliente pero generando un costo adicional de transporte teniendo en cuenta que no se cuenta con un transporte propio. Los pedidos que se realizan por internet o por teléfono solo serán atendidos si son pedidos al por mayor. ya que el transporte genera un sobre costo depositado al valor unitario del producto.

- **Ventas de producto individual:** También se realizan ventas de forma individual a clientes que se acercan al lugar de producción interesados en el producto; esto es causado a la facilidad del acceso que genera la vía panamericana y son atendidos de la misma manera que se realiza a los comerciantes al por mayor; pero este enfoque no es primordial.

8.2.16. Ciclo de vida de la poinsettia

Figura 35. Ciclo de vida de la poinsettia



Fuente: investigación (2017)

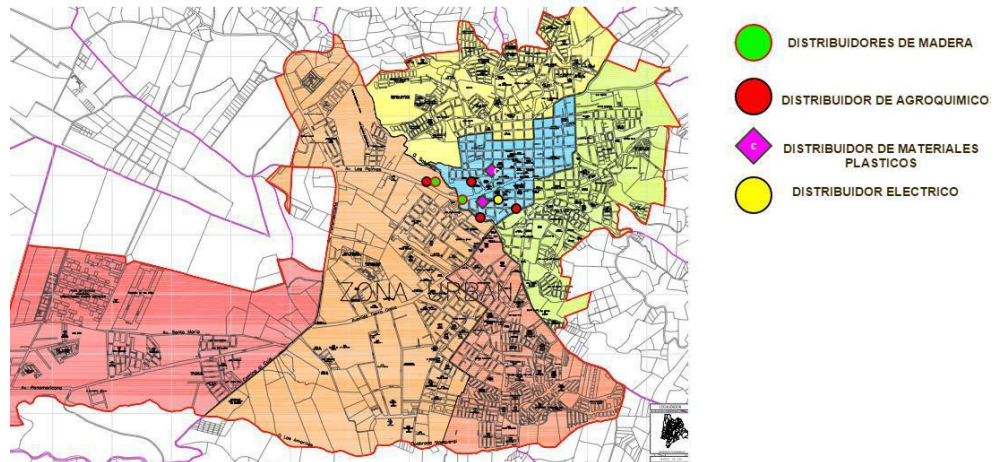
Como lo describe la figura 35, la poinsettia es un producto en etapa de introducción o “nacimiento”, ya que es un producto joven que se empieza a abrir mercado, puesto que es reciente su popularización comercialmente; el cliente o consumidor no lo referencia a través de publicidad directa o indirecta puesto que los cultivadores no pautan en medios masivos de comunicación.

8.2.17. Análisis del proveedor

Los proveedores de materiales primos agrícolas están principalmente localizados a los alrededores de la plaza de mercado central del municipio de Fusagasugá. En éstos se pueden encontrar todo tipo de fertilizantes, abonos y fungicidas, los cuales permiten tener mayor eficacia en el momento de combatir las enfermedades y generar un producto en óptimas condiciones.

El vivero utiliza materiales indirectos como la maquinaria, herramientas y empaques para la producción de las poinsettias, los cuales son adquiridos por proveedores de la ciudad de Bogotá o Fusagasugá quienes realizan la entrega en el punto de producción. En la figura 23 se puede apreciar la ubicación de los proveedores en el municipio de Fusagasugá.

Figura 36. Ubicación geográfica de los principales proveedores

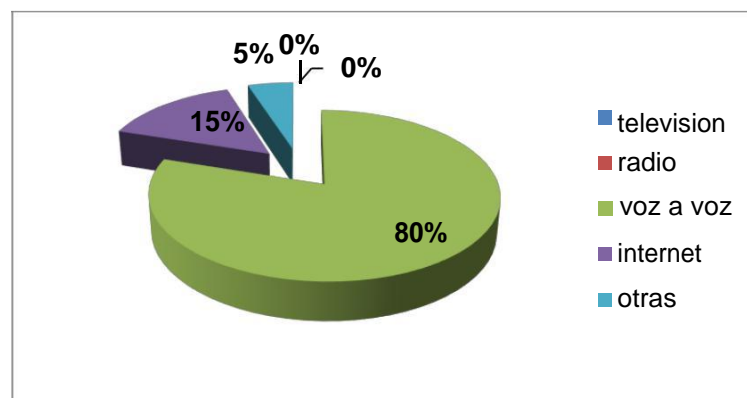


Fuente: Adaptado del directoriodefusagasuga.blogspot.com.co (2017)

8.2.18. Promoción y publicidad.

Las empresas del siglo XXI gastan millones de pesos en generar un impacto de sus productos a los clientes, estimulando la demanda mediante estrategias publicitarias para incrementar las ventas; en la siguiente gráfica se pudo dimensionar el medio de comunicación por el cual los clientes del Vivero Poinsettias De Los Andes conocen la información los productos que éste ofrece.

Figura 37. Medios de Comunicación

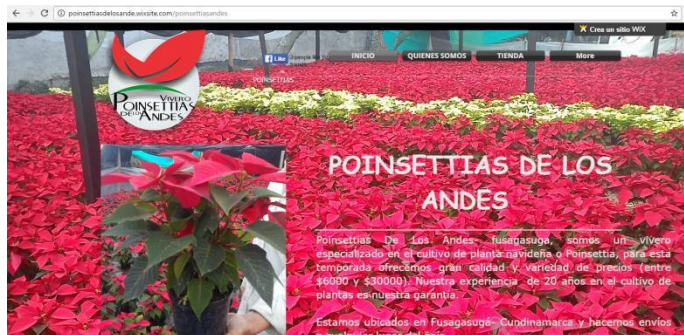


Fuente: investigación (2017)

Según los resultados expuestos por la investigación, se evidencia que el 80% de los encuestados se ven atraídos a comprar estas plantas en Vivero Poinsettias De Los Andes debido a la difusión o “voz a voz” que existe en el mercado; adicionalmente se destaca con un 15% la influencia del internet al momento de difundir la información del vivero ya que éste cuenta con redes sociales y página web; finalmente el 5% indicó ser atraído por otros medios publicitarios como el perifoneo, vayas y folletos.

Retomando lo anteriormente expuesto, el Vivero Poinsettias De Los Andes tiene actividad con una cuenta de Facebook, BLOG y una página web gratuita alojada en el servidor de WIX.com como se evidencia en la figura 38. Según información de la empresa, estas páginas le han permitido tener contacto directo con varios clientes potenciales de la ciudad de Bogotá D.c. Beneficiando su interés por expandir el mercado e incrementar sus ventas.

Figura 38. Página Web del Vivero Poinsettias De Los Andes



Fuente. Vivero Poinsettias De Los Andes (2017)

URL: <http://poinsettiasdelosande.wixsite.com/poinsettiasandes>

Adicionalmente la empresa se encuentra en fase desarrollo de una aplicación móvil para celulares diseñada en un servidor gratuito llamado *my.como.com* que puede ser descargada de forma gratuita desde el código “QR” de la figura 39. La implementación de esta herramienta tiene la finalidad de brindar mayor información a los clientes sobre los productos, los precios, el proceso de las plantas, los envíos y las entregas generando un mayor acercamiento entre los clientes y el vivero.

Figura 39. Código QR de la aplicación móvil



Fuente: Vivero Poinsettias De Los Andes (2017)

8.2.19. Analisis.

Una vez realizado el estudios de mercado se obtuvo como resultado una caracterización detallada del producto, la demanda y la oferta; en cuanto al producto el Vivero Poinsettias De Los Andes ha identificado sus características, las estrategias de distribución, los productos sustitutos y todo lo que requiere en cuanto a producción para competir en el mercado; referente a la oferta se reconoció dentro de un campo competitivo, analizó sus fortalezas y debilidades frente a las empresas competidoras; igualmente al reconocer la demanda se pudo analizar quiénes son sus clientes potenciales, cuáles son los intereses de éstos y partiendo de allí proyectarse a futuro un crecimiento anual en sus ventas.

8.3. ESTUDIO TECNICO.

Para el desarrollo del tercer objetivo de la investigación, “**realizar un estudio técnico que identifique los procesos de producción, de acuerdo a las necesidades de la micro-empresa ubicada en el municipio de Fusagasugá**”, se identificaron los requerimientos para la producción de la poinsettia teniendo en cuenta la metodología propuesta para la elaboración de estudios técnicos en los capítulos III y IV del libro titulado Formulación y Evaluación De Planes De Negocio escrito por Carlos Julio Galindo en el año 2013.

8.3.1. Descripción del proceso de producción

Para una propagación exitosa de las poinsettias, se inicia con el cuidado de las plantas madres, las cuales tardan 4 meses sembradas en bolsa para que cumplan con las características apropiadas para el corte de los esquejes, considerados como el centro de la cadena productiva del Vivero Poinsettias De Los Andes durante los posteriores 7 meses. (Ver figura 40)

Figura 40. Planta Madre De Poinsettia



Fuente: vivero poinsettias de los andes (2017)

Es necesaria la selección de los esquejes (tallo que se injerta en la tierra para que retoñe una nueva planta), y un ambiente ideal para el desarrollo de la raíz, donde se garantice la germinación óptima bajo invernadero durante un mes, también se requiere de riego, abono, control de la temperatura, aplicación de fertilizantes, erradicación de plagas y seguimiento al crecimiento de la raíz para obtener la propagación de poinsettias y evitar las pérdidas en esta etapa del proceso de producción.

Generalmente existen dos fuentes de esquejes: la primera es realizada por la extracción de los tallos provenientes de “plantas madres” de propiedad del productor, en caso de no contar con éstas existe la segunda fuente, tratándose de adquirirlas a proveedores.

En la figura 41, se ilustra el aspecto que presenta un esqueje y la forma como se propagan sobre mesones de madera por lo general son incrustados directamente en tierra fertilizada o en sustrato agroquímico.

Figura 41. Semillero de Poinsettia



Fuente: Vivero Poinsettias De Los Andes (2017)

Una vez las plantas han completado 30 días en la etapa de crecimiento de raíz o enraicé, son trasplantadas a matero con sustrato de tierra y cascarilla, siendo conservadas bajo invernadero, lo que le permite obtener luminosidad apropiada sin recibir los rayos del sol directamente; cabe mencionar que durante todo el proceso

de crecimiento y maduración de la planta se encuentra en invernadero para garantizar un perfecto desarrollo de la planta.

La etapa de crecimiento de la poinsettia tarda 4 meses; en este punto se inician las tareas de fertilización, abono, prevención, hidratación y control de plagas con fungicidas, todo esto con el propósito de hacer crecer los retoños de manera uniforme y que alcancen las condiciones apropiadas para ingresar a la etapa de maduración en la que se adquiere el color; en la figura 42 se evidencia el tamaño, color y aspecto que presenta una planta a los 4 meses de iniciado el proceso de crecimiento.

Figura 42. Poinsettia con 4 meses de crecimiento.



Fuente: vivero poinsettias de los andes (2016)

El proceso de maduración de la poinsettia tarda 2 meses, en el cual las plantas deben ser cubiertas por un plástico negro a 1 ½ metro de altura durante toda la noche, con la intención de conservar una oscuridad total y una temperatura alta, permitiendo la maduración progresiva de la plantas; en este punto se incrementa la intensidad en la aplicación de fertilizantes, abonos e insecticidas para que la planta alcance su color rojo, amarillo, rosado, blanco, entre otros, requisito para iniciar las ventas, las cuales inician el mes de octubre; en la figura 44 se muestra la planta finalizado el proceso de maduración en que la planta ya ha adquirido el color que le corresponde.

Figura 43. Cultivo de Poinsettias Maduro



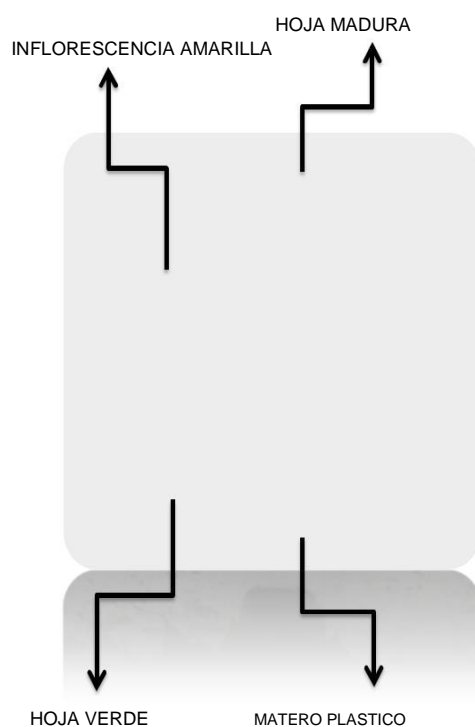
Fuente: vivero poinsettias de los andes (2015)

8.3.2. Ficha Técnica de la poinsettia.

Figura 44. Ficha Técnica de la Poinsettia



VIVERO POINSETTIAS DE LOS ANDES



FICHA TECNICA

NOMBRE COMUN	poinsettias - navideña - flor de pascua
NOMBRE CIENTIFICO	Euphorbia pulcherrima
ORIGEN	mexico
FAMILIA	Euphorbiaceae
TIPO DE PLANTA	arbusto ornamental
DESCRIPCION	es un arbusto pequeño con grandes hojas de color verde oscuro (7 a 16 cm) y pequeñas inflorescencias amarillas.
ALTURA	30cm a 3 metros
ARACTERISTICAS	Las hojas rojas que forman la parte superior de la planta pueden ser de color rojo, rosa, blanco verdoso, entre otras.
CRECIMIENTO	Medio (30 a 45 cm anual)
RIEGO	cada 2 días
USOS	Decorativo
PRECAUCIONES y RECONEDACION ES	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar la exposición directa del sol. • Hacer aplicaciones de agua directamente sobre el sustrato de la planta. • Mantener la planta en lugares frescos con buena ventilación. • Evitar el contacto de agua o cualquier otro líquido sobre las hojas rojas de la planta. • NO conservar ningún tipo de recipientes con agua sobre la base del matero de la planta. • Evitar limpiar las hojas rojas con cualquier elemento (servilletas, limpiadores, trapos, limpia polvos) • Evitar exponer la planta a fuentes directas de calefacción (radiadores) donde se generen corrientes de aire caliente seco que pueden dañar su follaje.

Fuente: investigación (2017)

8.3.3. Diagrama del proceso de producción de las poinsettias.

El proceso de producción de las poinsettias abarca varias actividades interconectadas, cada una de éstas se deben realizar de acuerdo a los requerimientos para la producción de planta como es registra en la tabla 11.

Tabla 11. Diagrama de procesos

DIAGRAMA DE PRODUCCIÓN ANUAL DE LAS POINSETTIAS					
descripción de la actividad	Operación	Inspección	Transporte	Almacenamiento	Demora
					
crecimiento de las Plantas madres	X				
Acondicionamiento de la zona de enraíce		X			
corte de esquejes	X				
sembrado de esquejes en sustrato agrícola	X				
germinación de los esquejes					X
adecuación de la zona de sembrado		X			
selección de esquejes enraizados		X			
trasplanté de los esquejes en matera	X				

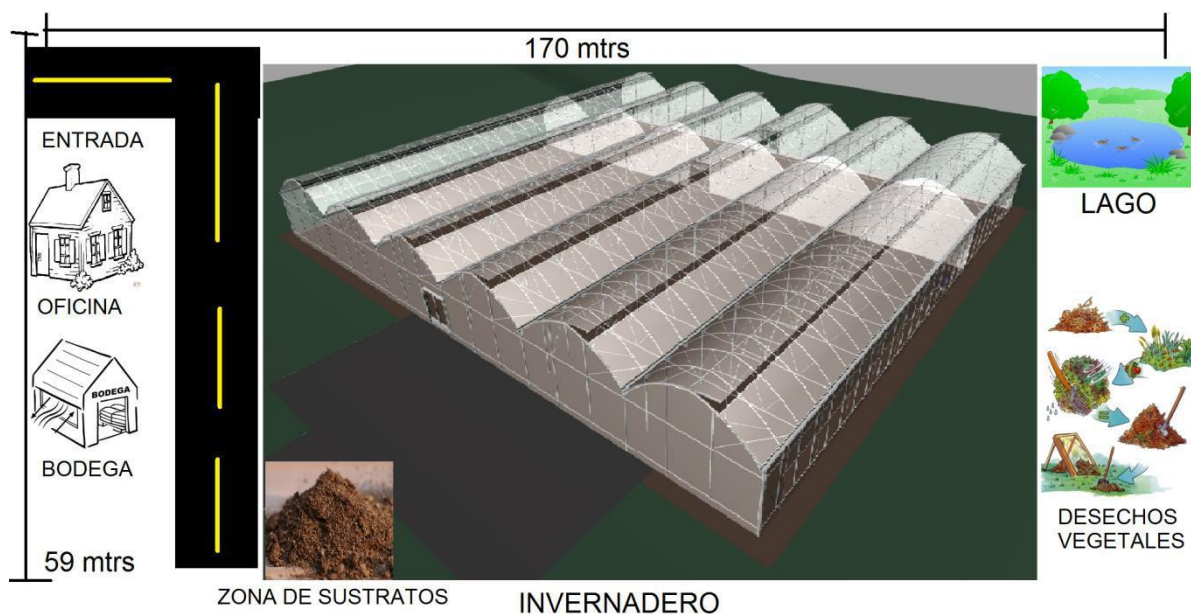
riego de los esquejes en maceta 2 veces al día	X				
abonado de las plantas con 10 días de sembrado	X				
fertilización después de 3 días de ser abonada	X				
adecuación de la zona de crecimiento		X			
traslado de las plantas con 30 días a la zona de crecimiento			X		
proceso de crecimiento nocturno con luz	X				
riego diario de las plantas en zona de crecimiento	X				
abonado de las plantas cada 5 días	X				
fertilización de las plantas cada 5 días	X				
inspección diaria de las condiciones Fito-sanitarias de las plantas		X			

fumigaciones preventivas cada 10 días	X				
adecuación de los túneles de maduración		X			
proceso de maduración nocturna en oscuridad total	X				
inspección diaria de la calidad de las hojas en maduración		X			
selección de las plantas maduras		X			
empacado y embalaje de las plantas	X				
almacenamiento temporal				X	
Salida			X		

Fuente (investigación 2017)

8.3.4. Necesidades y requerimientos.

Figura 45. Distribución de la planta



Fuente: investigación (2017)

Según la figura 45, se demuestra la distribución total de las instalaciones del “Vivero Poinsettias De Los Andes”, donde se pueden apreciar las zonas de descarga de sustrato, abastecimiento de agua o “reservorio”, invernaderos, oficina, bodega entre otras, lo que ha permitido tener un buen aprovechamiento del espacio total ocupado.

Tabla 12. Distribución de la planta

AREA	MTRS 2
INVERNADEROS	7680
OFICINA	36
BODEGA	36
LAGO	500
ZONA DE SUSTRATOS	625
DESECHOS VEGETALES	400
CAMINO	390

Fuente: investigación (2017)

- Invernaderos, área conformada por estructuras en madera cubierta en plástico en el cual se gesta el proceso de producción de las plantas, sirviendo de protección ante las inclemencias del clima como la lluvia y bajas temperaturas.
- Oficina, área conformada por la recepción y la gerencia cuenta con servicios de electricidad y una red de internet; contiguo a la oficina se encuentra el área de aseo y baños.
- Bodega, es el lugar donde se depositan los insumos, materias primas, herramientas y maquinaria.
- Lago, reservorio de agua con capacidad de almacenar 100.000 litros de éste líquido.
- Zona de sustratos, lugar donde se descarga y permanece la cascarilla y la tierra para el proceso de producción.
- Desechos vegetales, espacio en el cual se descomponen los elementos vegetales tales como; pasto, plantas muertas, hojas, troncos, entre otros.
- Camino, espacio por el cual transitan los vehículos para la entrada insumos, materia prima y salida del producto.

8.3.5. Capacidad instalada

En la tabla 13, se detalla el consolidado de la capacidad instalada de la empresa, conformada por: maquinarias y equipos, muebles y enseres, computadores y equipos de oficina necesarios para desarrollar las actividades productoras del cultivo “Vivero Poinsettias De Los Andes”.

Tabla 13. Cuadro consolidado de capacidad instalada

DESCRIPCION	VALOR
Edificios o planta	\$ 80.002.560,00
Vehículos	\$ -
Maquinaria Y Equipo	\$ 11.364.900,00
Muebles y Enseres	\$ 1.815.000,00
Terrenos	\$ -
TOTAL	\$ 93.182.460,00

Fuente: investigación (2017)

8.3.6. Equipos de oficina, maquinaria y equipos, muebles y enseres, vehículos y terrenos.

A continuación en las tablas 14, 15 y 16. Se detalla las cantidades y costos de los activos fijos los cuales apoyan la gestión administrativa de la producción; aunque algunos de estos no inciden directamente en el proceso productivo, son indispensables para el funcionamiento del “Vivero Poinsettias De Los Andes”.

Tabla 14. Edificios o Planta

EDIFICIOS O PLANTA				
CONCEPTO	MEDIDA	EXTENSION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
INVERNADEROS EN PLASTICO	METROS	7.680	\$ 10.417	\$ 80.002.560

Fuente: investigación (2017)

El Vivero Poinsettias De Los Andes cuenta con una extensión de invernaderos de 7.680 metros cuadrados; éstos son construidos en estructuras de madera, plástico, guaya en acero y bases en cemento; lo que le permite tener mayor resistencia a los fenómenos climáticos.

Tabla 15. Equipo de oficina muebles y enseres

EQUIPO DE OFICINA MUEBLES Y ENSERES				
CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio PC SMART Quanti	UNIDAD	1	\$ 1.365.000	\$ 1.365.000
Escritorio	UNIDAD	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Sillas RIMAX	UNIDAD	5	\$ 30.000	\$ 150.000
Archivador	UNIDAD	1	\$ 200.000	\$ 200.000
TOTAL				\$ 1.815.000

Fuente: investigación (2017)

Los equipos de oficina muebles y enseres con los que cuenta el vivero son utilizados en labores administrativas de la empresa, permitiendo llevar un registro digitalizado de las operaciones de venta y compra de materia prima con un

computador y guardando documentación importante en un archivador con el fin de proteger la información.

Tabla 16. Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO				
CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Motobomba De 6 Caballos De Fuerza A Gasolina	UNIDAD	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Guadañadora Stihl 280	UNIDAD	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Planta Eléctrica 1,55 Hp 950	UNIDAD	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Motobomba 4 Caballos Eléctrica	UNIDAD	1	\$ 684.900	\$ 684.900
Fumigadora Estacionaria De 3 Caballos	UNIDAD	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Tanque De Reserva De 5000ltros	UNIDAD	2	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000
Fumigadora De Espalda	UNIDAD	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Manguera De 1 Pulgada	METRO	400	\$ 1.000	\$ 400.000
Palas	UNIDAD	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Azadones	UNIDAD	2	\$ 25.000	\$ 50.000
Pica	UNIDAD	2	\$ 28.000	\$ 56.000
Peinilla	UNIDAD	2	\$ 20.000	\$ 40.000
Surtidores	UNIDAD	100	\$ 2.000	\$ 200.000
Rastrillo	UNIDAD	2	\$ 22.000	\$ 44.000
Manguera 1/2 Pulgada	METRO	100	\$ 700	\$ 70.000
Tanque De 1000ltros	UNIDAD	2	\$ 200.000	\$ 400.000
Kid De Herramientas	UNIDAD	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Baldes	UNIDAD	7	\$ 10.000	\$ 70.000
Hoyadora	UNIDAD	1	\$ 40.000	\$ 40.000
			total	\$ 11.364.900

Fuente: investigación (2017)

La maquinaria y equipos identificados en la tabla anterior son todos los activos fijos que emplea el Vivero Poinsettias De Los Andes para generar la producción con el fin de satisfacer sus necesidades o requerimientos.

8.3.7. Plan de Producción.

El Vivero Poinsettias De Los Andes conforme a los resultados de la figura 29. “Demanda de las poinsettias”, Se estableció el plan de producción para los siguientes 5 años, el cual le permitirá cubrir las necesidades de la demanda. En la siguiente tabla se identifica la capacidad total de producción en 40.000 plantas para el primer año, de las cuales el 82% son p14, seguida del 9% para la p10 y para las poinsettias en p18 y p30 de 4% cada una respectivamente.

Tabla 17. Plan de Producción para 5 años

PLAN DE PRODUCCION					
UNIDADES ANUAL POR PRODUCTO					
ADICIONAR PRODUCTO	POINSETTIAS			CRECIMIENTO ANUAL	5%
REFERENCIA	Año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
P10	3200	3360	3528	3704	3890
P14	33600	35280	37044	38896	40841
P18	1600	1680	1764	1852	1945
P30	1600	1680	1764	1852	1945
TOTAL	40000	42000	44100	46305	48620

Fuente: investigación (2017)

8.3.8. Materias primas e insumos

Para la producción de las poinsettias, es necesario distinguir entre los diferentes tipos de materia prima que existen; el principal componente para la producción son los agroquímicos, como por ejemplo; fertilizantes, abonos, fungicidas, entre otros. En la tabla 18, se realizó la identificación de toda la materia prima necesaria para un año de producción del “Vivero Poinsettias De Los Andes”.

Tabla 18. Identificación de la Materia Prima

INSUMO	CLASE DE AGROQUIMICO	U/MEDIDA	C/DAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MAGNECIO	Abono	Kilogramo	20	\$4.500	\$90.000
ABOCOL (15X15X15)	Abono	bulto (40kilos)	24	\$78.500	\$1.884.000
FOLYFOS	Abono	bulto (25kilos)	24	\$127.500	\$3.060.000
NUTRIFEED	Abono	bultos (25 kilos)	24	\$118.000	\$2.832.000
MASTER 13-40-13	Abono	bultos (25 kilos)	14	\$200.500	\$2.807.000
MASTER 15-5-30	Abono	bultos (25 kilos)	12	\$182.000	\$2.184.000
AGROFICSY	Abono	Galón	10	\$70.000	\$700.000
ACTINIC	Coadyuvante	Litros	10	\$11.500	\$115.000
ACUASYS HIPOTENSOR	Coadyuvante	Litros	10	\$13.700	\$137.000
MELAZA	Desintoxicante	Kilogramo	200	\$2.000	\$400.000
ABASAC	Fungicida	Litros	6	\$37.200	\$223.200
AZUCO	Fungicida	Litros	24	\$13.200	\$316.800
FIXOL	Fungicida	Kilogramo	140	\$27.500	\$3.850.000
FORUM	Fungicida	Litros	5	\$18.000	\$90.000
MILDUM	Fungicida	Litros	6	\$20.500	\$123.000
PROPAMOCUR	Fungicida	Litros	10	\$37.000	\$370.000
PROTEUS	Fungicida	Litros	5	\$69.600	\$348.000
RHODAX	Fungicida	Kilogramo	60	\$16.400	\$984.000
RIDOMIL	Fungicida	Libras	40	\$17.000	\$680.000
SIGANEX	Fungicida	Litros	10	\$48.000	\$480.000
FOSETAL 80	Fungicida	Libras	40	\$26.500	\$1.060.000
SILVACUR	Fungicida	Litros	4	\$110.000	\$440.000

GRAMAFIN	Herbicida	Litros	15	\$12.300	\$184.500
TOUCHDOWN	Herbicida	Litros	4	\$18.500	\$74.000
GLIFOSOL	Herbicida	Litros	2	\$11.500	\$23.000
BUGGY	Insecticida	Litros	5	\$56.000	\$280.000
CLOSTER	Insecticida	Litros	7	\$42.000	\$294.000
EPINGLE	Insecticida	Litros	7	\$145.000	\$1.015.000
FURADAN	Insecticida	Litros	10	\$30.000	\$300.000
LATIGO	Insecticida	Litros	10	\$16.800	\$168.000
EVISET	Insecticida	Libras	10	\$15.000	\$150.000
FURTIVO	Insecticida	Litros	5	\$32.600	\$163.000
VERTIMEC	Insecticida	Litros	3	\$216.000	\$648.000
TIERRA NEGRA	Sustrato	kilogramo	60000	\$20	\$1.200.000
CASCARRILA	Sustrato	kilogramo	12000	\$163	\$1.956.000
CAJAS OASIS	Sustrato Agrícola	Unidad	20	\$80.000	\$1.600.000
MATEROS PLASTICOS P10		Unidad	3200	\$120	\$384.000
MATEROS PLASTICOS P14		Unidad	33600	\$200	\$6.720.000
MATEROS PLASTICOS P18		Unidad	1600	\$900	\$1.440.000
MATEROS PLASTICOS P30		Unidad	1600	\$3.000	\$4.800.000
TOTAL M.P					\$44.573.500

Fuente: investigación (2017)

8.3.9. Mano de obra directa

El “Vivero Poinsettias De Los Andes” cuenta con el personal idóneo para llevar a cabo el proceso de producción necesario para la propagación de las poinsettias, esté personal cuenta con la experiencia apropiada y la debida capacitación para responder a la demanda.

Como se observa en la tabla 19. El vivero cuenta con 3 personas de Mano de obra directa (M.O.D), entre estos el jefe de producción, siendo el encargado de la preparación de los agroquímicos y de la dirección de las diversas tareas diarias para producción de las poinsettias; las otras dos cumplen con las labores encargadas por el jefe de producción en la propagación de las poinsettias.

Tabla 19. Liquidación de Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA					
CARGO	UNIDADES	V/ BASE	PRESTACIONES	SUB. TRANS.	VALOR TOTAL
JEFE DE PRODUCCIÓN	1	\$1.000.000	\$520.000	\$ 83.140	\$1.603.140
OPERARIO	2	\$738.000	\$383.760	\$ 83.140	\$2.409.800
TOTAL MANO DE OBRA MENSUAL					\$4.012.940
TOTAL MANO DE OBRA ANUAL					\$48.155.280

Fuente: investigación (2017)

8.3.10. Costos indirectos de fabricación (C.I.F)

En la tabla 20, se detallaron los C.I.F, tales como; arriendo, servicios de electricidad, agua municipal, papelería e imprevistos; Los cuales no incurren durante el proceso de producción.

Tabla 20. Costos Indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Arriendo 90%	\$1.440.000	\$17.280.000
Servicio luz 90%	\$90.000	\$1.080.000
Logo Strikes	\$20.000	\$240.000
Mantenimiento motobomba	\$50.000	\$600.000
TOTAL	\$1.865.000	\$19.200.000

Fuente: investigación (2017)

8.3.11. Costo total de producción

Para la identificación del costo total de la producción de las poinsettias, se debe componer de 3 factores: Costo Total de Materia Prima + Costo Total de Mano de Obra + Costos Indirectos de Fabricación; en la tabla 21, se identifica el costo total anual de producción.

Tabla 21. Costo Total Anual de Producción

COSTO TOTAL ANUAL	
DETALLE	AÑO
Materia Prima	\$ 44.573.500
Mano de Obra Directa	\$ 48.155.280
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 19.200.000
TOTAL ANUAL	\$ 111.928.780

Fuente: investigación (2017)

8.3.12. Proyección del costo total de producción a 5 años

En la siguiente tabla se muestra la proyección del costo total de producción anual, en el cual se tienen presentes aspectos de inflación y crecimiento de la producción durante 5 años. Para la proyección del costo de la materia prima se tuvo en cuenta la proyección del crecimiento anual de la producción de 5% más el aumento de la inflación que afecta el costo de la materia prima o insumos.

Tabla 22. Proyección del costo total a 5 años

COSTO TOTAL DE PRODUCCION					
CRECIMIENTO DE LA PRODUCCION ANUAL	5%				
INFLACION PROMEDIO	5,0%	CT= MP+MOD+CIF			
DETALLE	año 1	año 2	año3	año 4	año5
Materia Prima	\$ 44.573.500	\$ 49.030.850	\$ 53.933.935	\$ 59.327.329	\$ 65.260.061
Mano de Obra Directa	\$ 48.155.280	\$ 50.563.044	\$ 53.091.196	\$ 55.745.756	\$ 58.533.044
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 19.200.000	\$ 20.160.000	\$ 21.168.000	\$ 22.226.400	\$ 23.337.720
TOTAL ANUAL	\$ 111.928.780	\$ 119.753.894	\$ 128.193.131	\$ 137.299.485	\$ 147.130.825

Fuente: investigación (2017)

8.3.13. Análisis.

Con la realización del estudio técnico se logró identificar factores importantes en la ejecución de la producción del Vivero Poinsettias De Los Andes, lo que le permite tanto al jefe de producción como al gerente general tomar decisiones adecuadas; tales como; reducir costos a través de la disminución de los Costos Indirectos de Fabricación y buscando nuevos proveedores de materias primas lo que permita disminuir el costo total; incrementar la producción maximizando la capacidad instalada del vivero; eliminar cuellos de botella realizando una planeación de tiempos y movimientos en cada etapa de la producción de las plantas para evitar que se acumulen tareas generando retrasos en la producción; también es clave capacitar a los empleados permitiéndoles generar nuevos conocimientos lo que beneficiaría aumentar la eficacia y eficiencia las tareas que deban realizar durante los procesos de producción generando una planta que satisfaga las necesidades del clientes y por consiguiente las cumpliendo las metas del Vivero Poinsettias De Los Andes.

8.4. ESTUDIO FINANCIERO

Para la ejecución del cuarto objetivo de la investigación “**Elaborar el estudio financiero que facilite la identificación de la viabilidad del proyecto**”. Se realizara el estudio financiero con el fin de analizar y evaluar las proyecciones, la utilidad, rentabilidad, punto de Equilibrio, Tasa interna de retorno y valor presente neto; determinando si el proyecto es viable y cumple con las expectativas de la micro-empresa.

Para el desarrollo del estudio financiero fue necesario realizarlo a través de la propuesta metodológica del libro Formulación y Evaluación De Planes De Negocio escrito por Carlos Julio Galindo Ruiz.

8.4.1. Gastos administrativos

Los gastos administrativos incluyen la nómina del gerente general, jefe de ventas y auxiliar de ventas, la depreciación de los equipos de oficina, muebles enseres y los gastos generales de administración.

El Vivero Poinsettias De Los Andes cuenta con tres personas en el área administrativa; dos de ellas están bajo contrato de tiempo completo, de los cuales uno es el gerente general y el otro es el jefe de ventas; también cuenta con un auxiliar del área de ventas con un contrato de medio tiempo. En la tabla número 23 se evidencia la conformación de los gastos administrativos representados por los salarios y prestaciones sociales a las que tiene derecho por la ley colombiana.

Tabla 23. Liquidación de los salarios del área administrativa

SALARIO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO					
CARGO	UNIDADE S	VALOR UNIDAD BASE	PRESTACIONE S	SUB. TRANSPORTE	VALOR TOTAL
Gerent e General	1	\$ 1.000.000	\$ 540.000	\$ 83.140	\$ 1.623.140
Jefe de ventas	1	\$ 850.000	\$ 459.000	\$ 83.717	\$ 1.392.717

auxiliar de ventas	1	\$ 369.000	\$ 199.260	\$ 83.717	\$ 651.977
	TOTAL MANO DE OBRA MENSUAL				\$ 3.667.834
	TOTAL MANO DE OBRA ANUAL				\$ 44.014.008

Fuente: investigación (2017)

De acuerdo a lo anterior se pudo determinar que el Vivero Poinsettias De Los Andes destina \$44.014.008 al año para el pago de la nómina del área administrativa y de ventas; este valor ya incluye el subsidio de transporte, puesto que la ley colombiana establece que todo empleado que devengue igual o inferior a dos SMLV (Salario Mínimo Legan Vigente) recibirá este subsidio.

8.4.2. Depreciación de los activos

El análisis de la depreciación de los activos fijos del Vivero Poinsettias De Los Andes se realizó por medio del método de línea recta, el cual reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se hace de éste; en la siguiente tabla se realizó la depreciación de los equipos de oficina, muebles y enseres del área administrativa detallando su vida útil y determinado el precio posterior a la depreciación.

Tabla 24. Depreciación de los Equipos de Oficina y Enseres

EQUIPO DE OFICINA MUEBLES Y ENSERES			
CONCEPTO	VALOR	AÑOS	DEPRECIACION ANUAL
Computador de escritorio PC SMART Quanti	\$ 1.365.000	5	\$ 273.000
Escritorio	\$ 100.000	10	\$ 10.000
Sillas RIMAX	\$ 150.000	10	\$ 15.000
Archivador	\$ 200.000	10	\$ 20.000
		TOTAL	\$ 318.000

Fuente: investigación (2017)

Con lo anterior se puede observar que el artículo que presenta mayor depreciación anual, es el computador de escritorio que se encuentra en la oficina evidenciando un aproximado del 20% en relación a su valor inicial; los demás artículos de oficina presentan una dinámica del 10% en la depreciación, con una vida útil más larga que el equipo de cómputo.

8.4.3. Total gastos administrativos

Los gastos totales son todos aquellos que incurren en la empresa para su funcionamiento administrativo, organizacional y gerencial. En la siguiente tabla se expresa el total de los gastos administrativos anuales durante los 5 años posteriores teniendo en cuenta una tasa de incremento anual promedio del 5% en la inflación; cabe mencionar, que se asignó una tasa porcentual de participación de diferentes gastos debido a que algunos también contribuyen al CIF y gastos de ventas.

Tabla 25. Total de gastos administrativos proyectado a 5 años

TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Agua	\$ 300.000	\$ 315.000	\$ 330.750	\$ 347.288	\$ 364.652
Energía eléctrica 10%	\$ 120.000	\$ 126.000	\$ 132.300	\$ 138.915	\$ 145.861
arriendo 5%	\$ 80.000	\$ 84.000	\$ 88.200	\$ 92.610	\$ 97.241
servicio de teléfono	\$ 480.000	\$ 504.000	\$ 529.200	\$ 555.660	\$ 583.443
Papelería	\$ 240.000	\$ 252.000	\$ 264.600	\$ 277.830	\$ 291.722
salario gerente general	\$ 19.477.680	\$ 20.451.564	\$ 21.474.142	\$ 22.547.849	\$ 23.675.242
salario jefe de ventas	\$ 16.712.604	\$ 17.548.234	\$ 18.425.646	\$ 19.346.928	\$ 20.314.275
salario auxiliar	\$ 7.823.724	\$ 8.214.910	\$ 8.625.656	\$ 9.056.938	\$ 9.509.785
Imprevistos	\$ 600.000	\$ 630.000	\$ 661.500	\$ 694.575	\$ 729.304
Depreciaciones	\$ 318.000	\$ 318.000	\$ 318.000	\$ 318.000	\$ 318.000
Total	\$ 46.152.008	\$ 48.443.708	\$ 50.849.994	\$ 53.376.594	\$ 56.029.523

Fuente: investigación (2017)

Analizando la tabla anterior, se puede mencionar que el total de gastos administrativos para el primer año se calcula en unos \$46.156.008, proyectando un crecimiento de dicho gasto para el quinto año de casi \$10.000.000, lo que representa un aumento del 21%.

8.4.4. Gastos de ventas

Para controlar y optimizar los procesos de venta y comercialización es necesario calcular los gastos de ventas puesto que su finalidad es permitir la toma de decisión acertada en cuanto a los recursos que se destinan en publicidad y empaque del producto; en la tabla 26 se presentan los gastos por concepto de publicidad y empaque de las poinsettias, tales como la caja de cartón y el capuchón de plástico.

Tabla 26. Gastos de venta anual

GASTOS DE VENTAS ANUAL				
DETALLE	MEDIDA	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Página Web	UNIDAD	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
Publicidad	UNIDAD	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
Tarjetas De Presentación	UNIDAD	1000	\$ 35,00	\$ 35.000,00
Cajas De Cartón	UNIDAD	2800	\$ 3.000,00	\$ 8.400.000,00
Capuchón	UNIDAD	40000	\$ 85,00	\$ 3.400.000,00
Volantes	UNIDAD	2000	\$ 80,00	\$ 160.000,00
			TOTAL	\$ 12.335.000,00

Fuente: investigación (2017)

Con la información anterior, se pudo establecer que el Vivero Poinsettias De Los Andes tiene un gasto de ventas anual de \$12.335.000 de los cuales el \$11.800.000 son destinados para cubrir el precio del embalaje de las plantas; además se analizó que tan solo \$535.000 son destinados a publicidad y marketing; esta información permite analizar la forma como se están destinando los dineros en la etapa de ventas igualmente sirve de referencia para tratar de reducir los gastos en las próximas producciones y a su provisionar los que se deben destinar para los gastos de ventas futuras.

En la siguiente tabla se realizó una proyección de los gastos totales de ventas durante los 5 años posteriores, permitiendo que el jefe de ventas y el gerente general, tomen las decisiones necesarias para provisionar los recursos que se requieren y tener bajo control la cantidad de dinero destinada para estos aspectos evitando sobre gastos, déficit o endeudamiento.

Tabla 27. Total del Gasto de ventas proyectado a 5 años

TOTAL GASTOS VENTAS A 5 AÑOS					
DETALLE	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Página Web	\$ 300.000	\$ 315.000	\$ 330.750	\$ 347.288	\$ 364.652
Publicidad	\$ 40.000	\$ 42.000	\$ 44.100	\$ 46.305	\$ 48.620
Tarjetas De Presentación	\$ 35.000	\$ 36.750	\$ 38.588	\$ 40.517	\$ 42.543
Cajas De Cartón	\$ 8.400.000	\$ 8.820.000	\$ 9.261.000	\$ 9.724.050	\$ 10.210.253
Capuchón	\$ 3.400.000	\$ 3.570.000	\$ 3.748.500	\$ 3.935.925	\$ 4.132.721
Volantes	\$ 160.000	\$ 168.000	\$ 176.400	\$ 185.220	\$ 194.481
TOTAL ANUAL	\$ 12.335.000	\$ 12.951.750	\$ 13.599.338	\$ 14.279.304	\$ 14.993.270

Fuente: investigación (2017)

8.4.5. Costos

Los costos son aquellos que representan la producción, es decir, el valor de los recursos utilizados para la elaboración de un producto; es importante determinar el costo de producción y venta, para poder establecer el precio que tendrá al público el bien en cuestión; para determinar acertadamente el costo se deben tener en cuenta dos aspectos: el costo fijo y el costo variable, directos o indirectos.

Con respecto a los costos fijos, se hace referencia a todos aquellos que la empresa ha de pagar sin importar su nivel de operación, costos que no varían de acuerdo a cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción; así que los costos fijos se producen haya o no producción, venta, actividad en la empresa, como por ejemplo arriendos, mano de obra indirecta y suministros. En la tabla 28, se detallaron todos los costos fijos que asume el vivero, para la producción y

comercialización de las poinsettias; cabe aclarar que los costos variables, son aquellos que son afectados de acuerdo a la capacidad de la producción, entre éstos se encuentran: materias primas, insumos, servicios públicos.

El costo total es a que se efectúa para establecer cuánto cuesta la mercancía disponible para la venta; en la tabla 28 se realizó la cuantificación total de los costos totales del Vivero Poinsettias De Los Andes, para el primer año y una proyección para los siguientes 4 años.

La proyección del costo total de funcionamiento del Vivero Poinsettias De Los Andes es una herramienta que le permite al gerente general tomar decisiones adecuadas durante un periodo de producción, o en un determinado tiempo de 5 años. En la siguiente tabla se realizó una proyección del costo total de la producción durante los próximos 5 años de funcionamiento teniendo en cuenta la inflación promedio de 5% para estos periodos, con el fin de apoyar a la toma de decisiones del gerente general.

Tabla 28. Costos Fijos

	VALOR ANUAL	VALOR ANUAL	VALOR ANUAL	VALOR ANUAL	VALOR ANUAL
	0	0	0	0	0
	\$44.573.500	\$46.802.175	\$49.142.284	\$51.599.398	\$54.179.368
	\$48.155.280	\$50.563.044	\$53.091.196	\$55.745.756	\$58.533.044
	\$1.080.000	\$1.134.000	\$1.190.700	\$1.250.235	\$1.312.747
	\$17.280.000	\$18.144.000	\$19.051.200	\$20.003.760	\$21.003.948
	\$240.000	\$252.000	\$264.600	\$277.830	\$291.722
	\$600.000	\$630.000	\$661.500	\$694.575	\$729.304
	\$111.928.780	\$117.525.219	\$123.401.480	\$129.571.554	\$136.050.132
	40.000	42.000	44.100	46.305	48.620
	\$2.798	\$2.938	\$3.085	\$3.239	\$3.401
	\$1.345,94	\$1.413	\$1.484	\$1.558	\$1.636
	\$1.452,28	\$1.525	\$1.601	\$1.681	\$1.765

Fuente: investigación (2017)

La tabla anterior, arrojó como resultado un total de \$1111.928.780 de costo fijo y variable anual, valor que la administración del vivero debe tener en cuenta, a la hora de proyectar su producción, venta y ganancia para los siguientes años, tener esta información es de vital importancia para toda empresa, ya que de esta dependen muchas daciones que vaya a tomar el gerente con el fin de maximizar las utilidades y generar un negocio rentable.

8.4.6. Proyección De Ventas

La proyección de ventas son estimaciones sobre las ventas futuras del Vivero Poinsettias De Los Andes para los 5 años siguientes de inicio del proyecto. Este pronóstico permitirá elaborar el presupuesto de ventas y todos aquellos presupuestos como la compra de insumos mano, maquinaria, mano de obra y gastos requeridos para el cumplimiento de las metas propuestas en la proyección de ventas.

Se identificó las unidades que el vivero producirá durante los siguientes 5 años teniendo en cuenta un crecimiento anual de la demanda en 5% sobre el año anterior. (Ver tabla 29).

Tabla 29. Proyección de ventas en unidades

	POINSETTIAS			ECIMIENTO ANU	5%
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
	3200	3360	3528	3704	3890
	33600	35280	37044	38896	40841
	1600	1680	1764	1852	1945
	1600	1680	1764	1852	1945
	40000	42000	44100	46305	48620

Fuente: investigación (2017)

En la tabla 30 se representó el valor unitario para cada una de las referencias de poinsettia en el mercado, para la efectiva proyección de estos precios, se tuvo en cuenta el valor de la inflación promedio para los próximos 5 años.

Tabla 30. Proyección del valor anual de las poinsettias durante 5 años

		POINSETTIAS		INFLACION ANUAL	5%
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
	\$4.500	\$4.725	\$4.961	\$5.209	\$5.470
	\$6.500	\$6.825	\$7.166	\$7.525	\$7.901
	\$15.000	\$15.750	\$16.538	\$17.364	\$18.233
	\$30.000	\$31.500	\$33.075	\$34.729	\$36.465

Fuente (investigación 2017)

Teniendo como referencia las tablas anteriores, se realizó una proyección de ingresos anuales por concepto de ventas de la poinsettia en sus diferentes presentaciones, en la tabla 31, se totalizo el valor de los ingresos anuales por las ventas de las plantas.

Tabla 31. Proyección Anual de las ventas totales

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$14.400.000	\$15.876.000	\$17.503.290	\$19.297.377	\$21.275.358
\$218.400.000	\$240.786.000	\$265.466.565	\$292.676.888	\$322.676.269
\$24.000.000	\$26.460.000	\$29.172.150	\$32.162.295	\$35.458.931
\$48.000.000	\$52.920.000	\$58.344.300	\$64.324.591	\$70.917.861
\$304.800.000	\$336.042.000	\$370.486.305	\$408.461.151	\$450.328.419

Fuente: investigación (2017)

Los pronósticos de ventas permiten saber cuántos productos se va a producir, cuanto personal se va a requerir, la inversión y los insumos; de esta manera que se logre alcanzar una gestión más productiva del negocio, haciendo todo el proceso administrativo de la empresa.

8.4.7. Estado de resultados o de ganancias y pérdidas P&G

Tabla 32. Estado de Resultados Vivero Poinsettias de los Andes

VENTAS		304.800.000	304.800.000
POINSETTIA P10	14.400.000		
POINSETTIA P14	218.400.000		
POINSETTIA P18	24.000.000		
POINSETTIA P30	48.000.000		
COSTOS			
M.P		44.573.500	
POINSETTIA P10	3.565.880,00		
POINSETTIA P14	37.441.740,00		
POINSETTIA P18	1.782.940,00		
POINSETTIA P30	1.782.940,00		
M.O.D		48.155.280	
POINSETTIA P10	3.852.422		
POINSETTIA P14	40.450.435		
POINSETTIA P18	1.926.211		
POINSETTIA P30	1.926.211		
CIF		19.200.000	
Arriendo 90%	17.280.000		
Servicio Energia 90%	1.080.000		
Logo Stikers	240.000		
Mantenimiento Bombas	600.000		
TOTAL COSTO			111.928.780
GASTOS DE VENTAS		12.335.000	
PAGINA WEB	300.000		
PUBLICIDAD	40.000		
TARJETAS DE PRESEN	35.000		
CAJAS DE CARTON	8.400.000		
CAPUCHON	3.400.000		
VOLANTES	160.000		
GASTOS ADMON		46.152.008	
Agua	300.000		
Energia electrica 10%	120.000		
arriendo 5%	80.000		
servicio de telefono	480.000		
papeleria	240.000		
salario gerente general	19.477.680		
salario jefe de ventas	16.712.604		
salario auxiliar	7.823.724		
imprevistos	600.000		
depreciaciones	318.000		
TOTAL GASTOS			58.487.008
UTILIDAD NETA OPERACIONAL			134.384.212
IMPUESTO DE RENTA			45.690.632
UTILIDAD NETA			88.693.580

Fuente: investigación (2017)

Con el estado de resultados anterior se determinó que los ingresos para el primer año fueron de \$304.800.000 resaltando que la mayor fuente de ingresos se realizó a través de las ventas de la poinsettia P14 con un total de \$218.400.000, seguida de la P30 con \$48.000.000 y \$38.400.000 por la venta de la poinsettia en p18 y p10; esto se debió a la alta demanda poinsettia p14 demostrado en la figura 29 "Demanda de las poinsettias según su referencia"; además se puede evidenciar que el costo total y los gastos totales fueron de \$170.415.788, reduciendo la utilidad operacional antes de impuestos a \$134.384.212 para posteriormente aplicar la liquidación del impuesto del 34% generado que la utilidad neta disminuya a \$88.693.580 representando el 29% de los ingresos del primer año de operaciones, demostrando un resultado positivo para la empresa, de esta manera se puede proyectar que dicho porcentaje aumentará debido al 5% de incremento de las ventas y la reducción de los gastos administrativos.

8.4.8. Balance General del Vivero Poinsettias De Los Andes para el primer año.

Tabla 33. Balance General Vivero Poinsettias de los Andes

Activo		
Disponible		214.360.000
Caja	1.000.000	
Bancos	213.360.000	
Deudores		91.440.000
Cuentas X Cobrar	91.440.000	
Inventarios		0
Poinsettias		
P10	0	
P14	0	
P18	0	
P30	0	
Propiedad Planta y Equipo		93.182.460
Edificios	80.002.560	
Muebles Enseres	11.814.900	
Equipo de Computo	1.365.000	
Depreciacion acumulada		-5.454.618
Edificios	-4.000.128	
Muebles Enseres	-1.181.490	
Equipo de Computo	-273.000	
TOTAL ACTIVO		393.527.842
Pasivo		
Obligaciones Financieras		15.000.000
Bancolombia	15.000.000	
Proveedores		38.840.000
Agroquimicos del oriente	8.000.000	
Prodisne	10.840.000	
Plastiline	20.000.000	
Impuesto		45.690.632
Renta %34	45.690.632	
TOTAL PASIVO		99.530.632
Patrimonio		
Aporte de socios	100.000.000	
Capital de Socios	105.303.630	
Utilidad Neta	88.693.580	
TOTAL PATRIMONIO		293.997.210
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		393.527.842

Fuente: investigación (2017)

Analizando los resultados del balance general se puede concluir las siguientes observaciones:

- El valor del activo respalda el pasivo en 3.9 veces, esto significa que la empresa posee la capacidad de endeudamiento de 2,9 veces más sobre el activo; lo cual se puede convertir en inversión.
- El estado de los activos se encuentran en un grado depreciación inferior a un 10% sobre su vida útil.
- El estado de la deuda que posee el vivero representa un 25.1% sobre el valor activo disponible, lo que indica que en el momento que se disponga pagar la totalidad de ésta no presentará afectación en el flujo de caja ni en la los recursos requeridos para la próxima producción.
- En cuanto el aporte de los socios se pudo evidenciar un retorno de la inversión en utilidad de 88.6%. lo que indica que para el segundo año se tendrá un retorno de la inversión total, adicionalmente se incrementará la ganancia en un 81% de utilidad neta.
- Al obtener un retorno de la inversión a corto plazo los socios tienen la posibilidad de incrementar la inversión para optimizar los procesos de producción, infraestructura y comercialización.

8.4.9. Punto de equilibrio

Tabla 34. Punto de Equilibrio

POINSETTIAS P14	
CONCEPTOS / AÑO	AÑO 1
INGRESOS POR VENTAS	\$ 304.800.000
COSTOS FIJOS	\$ 92.728.780
COSTOS VARIABLES	\$ 19.200.000
COSTOS TOTALES	\$ 111.928.780
COSTO UNITARIO VARIABLE	\$ 1.452
PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS	\$ 98.962.648
PUNTO DE EQUILIBRIO EN PORCENTAJE	32,47%
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	15.035

Fuente: la investigación (2017)

Se pudo determinar que el Vivero Poinsettias De Los Andes debe tener ingresos de al menos \$98.962.648 para cubrir los costos fijos y los costos directos; o debe vender 15.035 unidades de poinsettias para alcanzar dicho margen de equilibrio. (ver tabla 34). En el hipotético caso que el vivero no llegara a cumplir con los ingresos mínimos, debería acudir a fuentes de financiamiento para cubrir el déficit causado y adicionalmente deberá identificar las causas que generaron esta situación para tomar las medidas correspondientes en cuanto a la producción y la dirección del mercado objetivo.

8.4.10. Tasa Interna De Retorno (T.I.R)

Tabla 35. Flujo Neto de Caja

0	1	2	3	4	5
	\$ 88.693.580	\$ 93.128.259	\$ 97.784.672	\$ 102.673.905	\$ 107.807.601
-\$ 100.000.000					
	-\$ 5.454.618	-\$ 5.454.618	-\$ 5.454.618	-\$ 5.454.618	-\$ 5.454.618
	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
-\$ 100.000.000	\$ 86.238.962	\$ 90.673.641	\$ 95.330.054	\$ 100.219.287	\$ 105.352.983

Fuente: investigación (2017)

Tabla 36. Tasa Interna De Retorno y Valor Presente Neto

TIO	15%
<i>INDICADOR</i>	<i>VALOR</i>
TIR	86%
VPN	\$ 97.620.599

Fuente (investigación 2017)

Con lo expuesto anteriormente, se puede afirmar que la Tasa Interna de Retorno (TIR) para el Vivero Poinsettias De Los Andes es de 86% lo que representa es que esta tasa de interés iguala la sumatoria de los flujos descontados a la inversión

inicial, lo que indica la capacidad de endeudamiento que posee la empresa frente a una inversión futura. Además, la tabla 36, representa el Valor Presente Neto (VPN) el cual indica la rentabilidad expresada en valor monetario de \$97.620.599 lo que se espera por la producción del vivero y constituye el método más aceptado en la evaluación financiera de proyectos.

8.4.11. Análisis.

Con la realización del estudio financiero se pudo determinar el margen de rentabilidad obtenido por el Vivero Poinsettias De Los Andes durante el primer periodo operativo, determinando de esta manera un valor de utilidad neta de \$88.693.580; lo que esto representa la solvencia económica que presenta el vivero; de igual manera la (TIR) represento un 86% un 76% por encima de la Tasa Interna De Oportunidad (TIO) siendo esta la tasa de interés mínima a la que el dueño de la micro-empresa está dispuesto a ganar al invertir en el vivero; adicionalmente se pudo establecer que el éste necesita vender como mínimo 15.035 unidades con el fin de cubrir el costo de funcionamiento; cabe resaltar que el balance general muestra la capacidad de endeudamiento de la empresa en casi 3 veces, lo que representa tener los medios por los cuales pueda hacer una inversión mayor con el objetivo de expandir su producción y comercialización a otras zonas del país.

En el caso hipotético que la TIR sea inferior a la TIO no se podría realizar la inversión, debido a que no presentaría ganancias al inversionista o dueño de la empresa ya que ésta se encontraría por debajo del interés que espera obtener y no se garantizaría que esta tasa aumente en el tiempo debido a que se representa como una tasa de rentabilidad promedio anual.

9. IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL VIVERO POINSETTIAS DE LOS ANDES

El impacto social de una empresa de producción y comercialización de poinsettias de estas características en el Municipio, es beneficioso porque genera empleo a población adulta entre los 40 y 60 años, mediante la utilización de mano de obra directa, sabiendo que para éstas personas generalmente se les dificulta tener empleo causado a su avanzada edad y poca formación profesional; adicionalmente tiene un impacto ambiental donde fomenta el desarrollo del sector agrícola, al implementar buenas prácticas agrícolas en el cultivo siendo ejemplo e inspiración a otros productores de la zona, permitiendo a la generación de procesos agrícolas que contribuyan al crecimiento económico del municipio y disminuir los niveles de toxicidad de suelos y aguas generando un desarrollo sostenible mediante la implantación de las buenas prácticas agrícolas.

El impacto económico generado por el Vivero Poinsettias De Los Andes se evidencia en el desarrollo de su actividad productiva y de comercialización la cual conlleva a pagar impuestos que ayuden al desarrollo sostenible del país apoyado en sus políticas de gobierno. Adicionalmente, dinamiza la economía del municipio, al demandar materia prima de proveedores de Fusagasugá, lo que permite que estas empresas de igual manera generen empleo y contribuyan a la economía local.

10. CONCLUSIONES.

- En el estudio administrativo realizado a través de la identificación de la estructura organizacional y la implementación del diseño metodológico de Humberto Serna Gómez; se pudo concluir que es una organización que se ve beneficiada con la adecuación de un organigrama lineo-funcional el cual le permite tener una división de cada actividad en una función, siendo importante la conservación de autoridad y responsabilidad de manera jerárquica de todos sus miembros; todo esto también se ve favorecido a la correcta aplicación de un manual de funciones apropiado para cada jefe de las áreas de la empresa y apoyado por una planificación del talento humano el cual cumple con las expectativas de la micro-empresa.

- La aplicación de las encuestas y el método de observación en el estudio de mercado favoreció a la identificación de los clientes potenciales del vivero, detectando que el 63% de éstos realizan compras superiores a 1000 unidades de poinsettias anualmente; adicionalmente se pudo comprobar que el 84% de éstos prefieren comprarlas en maceta, convirtiéndose en ésta referencia de plantas en la de mayor demanda por el mercado convirtiéndose en una posibilidad para el vivero en centrar su producción en este tamaño de planta; Cabe señalar la importancia que existe al reconocer las empresas competidoras en el municipio, las cuales cubren la demanda en aproximadamente 60.000 plantas generando que este mercado sea competitivo lo cual fomenta que el Vivero Poinsettias De Los Andes tome estrategias de mercado con el fin de ser la más representativa en el municipio.

- En el estudio técnico realizado con la guía del libro de Formulación y Evaluación de Planes de Negocios se pudo concluir los ciclos de producción necesarios para la poinsettias principalmente indicando que ésta necesita un año para cumplir con las características ideales de la planta; además se pudo

evidenciar que se necesitan insumos químicos con características fungicidas que permiten eliminar los hongos parásitos; insecticidas para la erradicación de insectos; abonos cuya función principal es proporcionar elementos nutritivos a las plantas; herbicidas los cuales facilitan la erradicación de maleza en el cultivo evitando la propagación de plagas y sustrato el cual permite el desarrollo adecuado de la raíz. El Vivero Poinsettias De Los Andes invierte \$44.573.500 en éstos insumos anualmente lo que le ha permitido la adecuada producción de las plantas cumpliendo con las normas Fito-sanitarias. Cabe destacar que para el proceso de producción de estas plantas se necesitan 3 personas las cuales cumplen con las actividades de propagación de la poinsettia representando \$ 48.155.280 anualmente, para finalmente constituir \$111.928.780 de costo total de la producción.

- El estudio financiero permitió concluir que el Vivero Poinsettias De Los Andes tiene una reentabilidad anual de \$88.693.500 por la producción y comercialización de poinsettias en el municipio de Fusagasugá, obteniendo una TIR del 86% siendo esta tasa un punto importante al momento de verificar los rendimientos futuros esperados de la inversión realizada por el dueño de la micro-empresa, lo que genera la posibilidad de una reinversión en el futuro.

- Para el Vivero Poinsettias De Los Andes obtener una Tasa Interna De Retorno del 86% es coherente con la actualidad y las actividades de la micro-empresa, debido a que ésta produce la principal materia prima que son los esquejes de la poinsettia ya que estos en el mercado pueden costar cerca de \$1.500 pesos por unidad a productores que se especializan exclusivamente a la producción de éstos y muchos de los competidores acuden a los productores con el fin de evitar el proceso de producción de la planta madre y los cuidados rigurosos del esqueje.

11. RECOMENDACIONES

- Para disminuir el ciclo de producción de las poinsettias se debe aprovechar las utilidades anuales de la micro-empresa para comprar maquinaria tecnificada que permita mejorar la producción de la planta y reducir el tiempo requerido para el cultivo de ésta.
- Para que el vivero sea una empresa de mayor presencia en el mercado es recomendable que aplique las estrategias sugeridas por Michael Porter en año 1982, las cuales permiten la reducción de los costos; la imposición de un producto único en el mercado con atributos que lo destaquen sobre la competencia; finalmente debería enfocarse en las necesidades insatisfechas por los nichos de mercado y que no son percibidas por la competencia lo cual permita a esta micro empresa destacarse sobre las demás cultivadoras de poinsettia en Fusagasugá.
- Para lograr obtener un producto de mayor calidad es recomendable que la micro-empresa contrate mínimo 2 personas más para el área de producción lo que facilitará el desarrollo de las actividades de propagación de las plantas sin correr el riesgo que la producción tenga problemas de calidad y otras afectaciones.

BIBLIOGRAFÍAS

- Banco de la República. (2015)**, Subgerencia Cultural del. Productos más representativos de la economía colombiana. Recuperado de: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/productos_economia_colombiana
- Sabogal (1919)**. Julio. Fusagasugá: historia y geografía. Bogotá: Imprenta y Lit. De Juan Casis.
- Martínez, F. (2011)**. Aproximación a la historia de Fusagasugá. Fusagasugá. D'Impacto.
- Herrera, J. (2015)**. La región Bogotá-Cundinamarca: dinámica económica y potencialidades. Recuperado de: <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/base/lectorpublic.php?id=553#sthash.QoOod2Dx.dpbs>
- POT (2011)**. ALCALDÍA MUNICIPAL DE FUSAGASUGÁ. Documento diagnóstico del Plan de Ordenamiento Territorial.
- Gutiérrez, C & Velásquez, M (2016)**. Análisis administrativo y financiero de las unidades productivas de la asociación de viveristas de la provincia de Sumapaz (ASOVIZ). Trabajo de maestría (Administración de las Organizaciones). Fusagasugá: Universidad Nacional Abierta y a Distancia escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios.
- Balanko, D., (2008)**. Gred. Como preparar un plan de negocios exitoso, Mc Graw Hill, primera edición, Mexico
- Baca, G (2013)**. Evaluación de proyectos, Mc Graw Hill, séptima edición, México.
- GEM (2012)**. ¿Sabías que Colombia es el país con más emprendedores? Gobierno de Colombia. Recuperado De: <http://www.urnadecristal.gov.co/gestion-gobierno/sab-as-que-colombia-es-pa-s-con-m-s-emprendedores>
- Julián D. (2016)**. Revista Dinero. Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>

DANE (2015). Departamento Administrativo Nacional de Estadística

FINAGRO (2014). Equipo técnico de presidencia. Perceptiva del sector agropecuario Colombia. Recuperado de <https://www.finagro.com.co/sites/default/files/Perspectivas%20Agropecuarias-v5.pdf>

BOTANICAL-ONLINE. (2012). Flor de pascua, estrella de navidad, poinsettia. Recuperado de: <http://www.botanical-online.com/flor poinsettia.htm#>

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA (1991). 15ta Ed. Temis

CONGRESO DE LA REPUBLICA (2000). Colombia. Ley 590. (10 julio 2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Recuperado <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>

CONGRESO DE LA REPUBLICA (2006). Ley 1014. (26 enero 2006). de fomento a la cultura del emprendimiento. Recuperado de http://www.mineduccion.gov.co/normatividad/1753/articles-94653_archivo_pdf.pdf

Serna (2008), Humberto. Gerencia estratégica. Teoría – metodología – alineamiento, implementación y mapas estratégicos. 10 edición, Bogotá, D. C. 3R editores.

Domínguez. JC (2012). La poinsettia, negocio de un millón de plantas para Navidad Revista portafolio. Recuperado de <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/poinsettia-negocio-millon-plantas-navidad-114746>

ANEXOS

ANEXO 1. Certificado de Cámara y Comercio de Bogotá



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE FUSAGASUGA

CODIGO DE VERIFICACION: 0521951922A3F7

28 DE FEBRERO DE 2017 HORA 12:12:50

R052195192

PAGINA: 1 de 2

* * * * *

LA MATRICULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS.

RENUOVE SU MATRICULA A MAS TARDAR EL 31 DE MARZO Y EVITE SANCIONES DE HASTA 17 S.M.L.M.V.

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRONICAMENTE Y CUENTA CON UN CODIGO DE VERIFICACION QUE LE PERMITE SER VALIDADO SOLO UNA VEZ, INGRESANDO A WWW.CCB.ORG.CO

RECUERDE QUE ESTE CERTIFICADO LO PUEDE ADQUIRIR DESDE SU CASA U OFICINA DE FORMA FACIL, RAPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO

PARA SU SEGURIDAD DEBE VERIFICAR LA VALIDEZ Y AUTENTICIDAD DE ESTE CERTIFICADO SIN COSTO ALGUNO DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO/CERTIFICADOSELECTRONICOS/

CERTIFICADO DE MATRICULA DE PERSONA NATURAL

LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA:

NOMBRE : RINCON MESA CRISTIAN CAMILO

C.C. : 1069750733

N.I.T. : 1069750733-1 ADMINISTRACION : GIRARDOT, REGIMEN SIMPLIFICADO

CERTIFICA:

MATRICULA NO : 02619393 DEL 28 DE SEPTIEMBRE DE 2015

CERTIFICA:

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : LOTE 28 PARCELACION LAS BRISAS

MUNICIPIO : FUSAGASUGA (CUNDINAMARCA)

EMAIL NOTIFICACION JUDICIAL : viveropoinsettiasdelosandes@hotmail.com

DIRECCION COMERCIAL : LOTE 28 PARCELACION LAS BRISAS

MUNICIPIO : FUSAGASUGA (CUNDINAMARCA)

EMAIL COMERCIAL: viveropoinsettiasdelosandes@hotmail.com

CERTIFICA:

RENOVACION DE LA MATRICULA : 28 DE FEBRERO DE 2017

ULTIMO AÑO RENOVADO: 2017

ACTIVO TOTAL REPORTADO:\$1,000,000

CERTIFICA:

ACTIVIDAD ECONOMICA : 0130 PROPAGACION DE PLANTAS (ACTIVIDADES DE LOS VIVEROS, EXCEPTO VIVEROS FORESTALES).

CERTIFICA:

PROPIETARIO DE LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO

NOMBRE : VIVERO POINSETTIAS DE LOS ANDES

DIRECCION COMERCIAL : LOTE 28 PARCELACION LAS BRISAS

Validez de Constancia del Pilar Puentes Trujillo



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE FUSAGASUGA

CODIGO DE VERIFICACION: 0521951922A3F7

28 DE FEBRERO DE 2017 HORA 12:12:50

R052195192

PAGINA: 2 de 2

* * * * *





CUENTA CON PLENA VALIDEZ JURIDICA CONFORME A LA LEY 527 DE 1999.

FIRMA MECANICA DE CONFORMIDAD CON EL DECRETO 2150 DE 1995 Y LA
AUTORIZACION IMPARTIDA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y
COMERCIO, MEDIANTE EL OFICIO DEL 18 DE NOVIEMBRE DE 1996.

ANEXO 2. Certificado Tributario DIAN

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001																																																																										
2. Concepto <input type="text" value="02"/> Actualización Espacio reservado para la DIAN 				4. Número de formulario 14406194071  (415)7707212489984(8020) 0000014406194071																																																																												
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 1 0 6 9 7 5 0 7 3 3 - 1		6. DV: 1		12. Dirección seccional: Impuestos y Aduanas de Girardot		14. Buzón electrónico: 8																																																																										
IDENTIFICACION																																																																																
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión ilíquida <input type="text" value="2"/>		25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía <input type="text" value="13"/>		28. Número de Identificación: 1 0 6 9 7 5 0 7 3 3		27. Fecha expedición: 2 0 1 3 0 3 2 6																																																																										
Lugar de expedición COLOMBIA		28. País: 1 6 9		29. Departamento: Cundinamarca 2 5		30. Ciudad/Municipio: Fusagasugá 2 9 0																																																																										
31. Primer apellido RINCON		32. Segundo apellido MESA		33. Primer nombre CRISTIAN		34. Otros nombres CAMILO																																																																										
35. Razón social:		36. Nombre comercial:		37. Sigla:																																																																												
UBICACION																																																																																
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Cundinamarca 1 6 9		40. Ciudad/Municipio: Fusagasugá 2 5		40. Ciudad/Municipio: 2 9 0																																																																										
41. Dirección principal CL 23 60 47		42. Correo electrónico: CRISTIANCAMILORINCONMESA@H		43. Código postal		44. Teléfono 1: 3 2 1 2 1 7 7 3 1 9																																																																										
				45. Teléfono 2:																																																																												
CLASIFICACION																																																																																
Actividad económica				Ocupación																																																																												
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		52. Número establecimientos																																																																										
46. Código: 0 1 3 0	47. Fecha inicio actividad: 2 0 1 5 0 9 2 8	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código: 1 2		51. Código: 																																																																										
Responsabilidades, Calidades y Atributos																																																																																
53. Código:		<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td><td>21</td><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td><td>26</td> </tr> <tr> <td>1</td><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>																										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	1	2																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26																																																							
1	2																																																																															
12- Ventas régimen simplificado																																																																																
Obligados aduaneros				Exportadores																																																																												
54. Código:				55. Forma		56. Tipo																																																																										
<table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											11	12	13	14	15	16	17	18	19	20											<table border="1"> <tr><td>57. Modo</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>		57. Modo	1	2	3					<table border="1"> <tr><td>58. CPC</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>		58. CPC	1	2	3																					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																																																																							
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20																																																																							
57. Modo	1	2	3																																																																													
58. CPC	1	2	3																																																																													
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación.																																																																																
Para uso exclusivo de la DIAN																																																																																
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		60. No. de Folios: 		61. Fecha: 																																																																												
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 18 Decreto 2460 de Noviembre de 2013 Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 984. Nombre 985. Cargo: CONTRIBUYENTE																																																																												

		Formulario del Registro Único Tributario				001	
Espacio reservado para la DIAN				Página 2 de 3 Hoja 2			
				4. Número de formulario 14406194071			
							
5. Número de identificación Tributaria (NIT)		6. DV		12. Dirección seccional Instituto y Admisión de Socios		14. Subsistema electrónico	
1 0 6 9 7 5 0 7 3 3 -		1				<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Características y formas de las organizaciones							
82. Naturales		<input type="checkbox"/>		83. Formas asociativas		<input type="checkbox"/>	
85. Fincas		<input type="checkbox"/>		86. Cooperativas		<input type="checkbox"/>	
88. Sin personería jurídica		<input type="checkbox"/>		89. Otras organizaciones no clasificadas		<input type="checkbox"/>	
				94. Entidades o institutos del derecho público de orden nacional, departamental, municipal y descentralizada		<input type="checkbox"/>	
				91. Asociaciones y organizaciones extranjeras		<input type="checkbox"/>	
				70. Beneficio		<input type="checkbox"/>	
Constitución, Registro y Última Reforma							
Documento				Composición del Capital			
1. Constitución				2. Reforma			
71. Clase		<input type="text" value="09"/>		80. Nacional		<input type="text"/> %	
72. Número		<input type="text"/>		83. Nacional público		<input type="text"/> %	
73. Fecha		<input type="text" value="20150928"/>		84. Nacional privado		<input type="text"/> %	
74. Número de registro		<input type="text"/>		85. Extranjero		<input type="text"/> %	
75. Entidad de registro		<input type="text" value="03"/>		86. Extranjero público		<input type="text"/> %	
76. Fecha de registro		<input type="text" value="20150928"/>		87. Extranjero privado		<input type="text"/> %	
77. No. Matricula mercantil		<input type="text" value="000206190909"/>					
78. Departamento		<input type="text" value="11"/>					
79. Ciudad/Municipio		<input type="text" value="001"/>					
Entidad de vigilancia y control							
88. Entidad de vigilancia y control							
Estado y Beneficio							
89. Estado actual	90. Fecha de fin de estado	91. Número de identificación Tributaria (NIT)					
<input type="text" value="49"/>	<input type="text" value="20150930"/>	<input type="text"/>					
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>					
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>					
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>					
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>					
Vinculación económica							
92. Vinculación económica		94. Nombre del grupo económico y/o empresarial				95. Número de identificación tributaria (NIT) del grupo o controlante	
<input type="text"/>		<input type="text"/>				<input type="text"/>	
97. Nombre o razón social de la matriz o controlante							
170. Número de identificación tributaria otorgado en el exterior		171. País		172. Número de identificación tributaria sociedad o persona de exterior con EP			
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>			
173. Nombre o razón social de la sociedad o persona de exterior con EP							
<input type="text"/>							

		Formulario del Registro Único Tributario Establecimientos				001	
Espacio reservado para la DIAN				Página 3 de 3 Hoja 8			
				4. Número de formulario 14406194071			
				140770721406194071000014406194071			
5. Número de identificación Tributaria (NIT): 1 0 6 9 7 5 0 7 3 3 - 1		6. DV: 1		12. Dirección regional: Bogotá y Área de Bogotá		14. Sueldo electrónico: 1 8	
Establecimientos, agencias, sucursales, oficinas, sedes o negocios entre otros							
180. Tipo de establecimiento: Establecimiento de comercio 0 2		181. Actividad económica: Propagación de plantas (actividad) 0 1 3 0					
190. Nombre del establecimiento: VIVERO POINSETTIAS DE LOS ANDES							
192. Departamento: Cundinamarca 2 5				194. Ciudad/Municipio: Funza 2 9 0 0			
195. Dirección: CL 25 NO. 42 B 98							
186. Número de matrícula mercantil: 0 0 0 2 8 1 9 3 9 8				187. Fecha de la matrícula mercantil: 2 0 1 5 0 9 2 8			
188. Teléfono: 3 2 1 2 1 7 3 1 9				189. Fecha de cierre: 			
180. Tipo de establecimiento: 		181. Actividad económica: 					
190. Nombre del establecimiento: 							
192. Departamento: 				194. Ciudad/Municipio: 			
195. Dirección: 							
186. Número de matrícula mercantil: 				187. Fecha de la matrícula mercantil: 			
188. Teléfono: 				189. Fecha de cierre: 			
180. Tipo de establecimiento: 		181. Actividad económica: 					
190. Nombre del establecimiento: 							
192. Departamento: 				194. Ciudad/Municipio: 			
195. Dirección: 							
186. Número de matrícula mercantil: 				187. Fecha de la matrícula mercantil: 			
188. Teléfono: 				189. Fecha de cierre: 			
Colombia, un compromiso que no podemos evadir.							

ANEXO 3. Certificado ICA



Gerencia Seccional Cundinamarca

INSCRIPCION DE PREDIOS Y VIVEROS

Número: 25290-82-VIV

Se concede la inscripción de PREDIOS Y VIVEROS de plantas ornamentales para el mercado nacional a:

Propietario ó representante legal	Nombre del predio y/o Vivero	Area m ²
CRISTIAN CAMILO MESA RINCON	POINSETIAS DE LOS ANDES	10000

Empresa: MESA RINCON CRISTIAN CAMILO

Municipio: FUSAGASUGA

Vereda: CHINAUTA

Dirección Vivero

Especies y Areas Inscritas en el Area y/o Vivero

ABANO ORNAMENTAL, ACACIA CHINA, ACALIFAS, AGABE, AJI ORNAMENTAL, ALOES, AMACAYO, AMARANTO, ANGLONEMA, ANTURIO, ARALIA, ARBOL DE LA FELICIDAD, ASTROMELIA, AZALEA, AZUCENAS, AZULINAS, BALAZO, BAMIBU, BASTON DE EMPERADOR, BEGONIA, BELLA HELENA, BIFLORAS, BILLETE, BORE MORADO, BONSAI, BIGONIA AZU, BROMELIA, BRONCE, BUXUS, CABALLERO DE LA NOCHE, CACHO DE VENADO, CACTUS, CALADIUM, CALEMBRACHOAS, CAMARONES, CAMILLAS, CAMPSIS, CARBONERO, CAYENO, CERINZOS, CHEFLERA, CINERARIA, CINTAS LIRIOPES, CLAVELLINO, COLOMBIANITAS, CONGO, COPA DE ORO, CORALITOS, SIGUE ANEXO HOJA No. 1

Fecha de Expedición:

Día Mes Año
28 12 2016

Fecha de Vencimiento:

Día Mes Año
27 12 2018

Gerente ICA, Seccional Cundinamarca

**ANEXO HOJA No. 1
CERTIFICADO DE INSCRIPCION DE VIVERO No. 25290-82-VIV
POINSETIAS DE LOS ANDES
A NOMBRE DE CRISTIAN CAMILO MESA RINCON
VIGENCIA DEL 28-12-2016 AL 27-12-2018**


SIGUE ESPECIES: CORTINAS CHINAS, COTONISTERS, CROTOS, CUCARACHOS, DIOSMA, DOLAS, DRACENAS, DURANTA, ESPARRAGO ORNAMENTAL, ESPATOFITOS, ESTRELLA, EUFORBIAS SP, EUGENIA, FICUS, FILOENDRO, GALATEAS, GARDENIAS, GLOXINIAS, GUAYABO ORNAMENTAL, GUAYACAN, GUINEAS, HELECHO, HELICONIA, HIEDRA, HORTENSIA, IMPAMTIENSHAWKERI, IPONEA, ISORAS, JADES, JATROPHA, JAZMIN, LAMPRANTHUS AURANTIACUS, LANTANAS, LIMONCILLO, LINOS, LIBERALES, MALVAROSAS, MANDEVILAS, MARGARITA, MERINGOL, MILLONARIA, MIRTO, NOVIO, NUEVA GUINEA, OREJA DE ELFANTE, ORQUIDEAS, PALMAS, PASTO AZUL, PENICETOS, PAPIROS, PENSAMIENTOS, PESCADITO, PETUNIAS, PINO, PLUMERIOS, POINSETIA, PORTULACA UMBRATICOLA, PRIMAVERAS, QUINCIAÑERAS, RESEDA, RODEOS, ROSA, ROSA DEL DESIERTO, SABILA, SANDALOS, SIETE CUEROS, SPARQUIA, SUCULENTAS, TAGETES PATULA-AMARILLO, TANGOS, TROMPETA DE ANGEL, TUNBERGIA, VERANERA, VERBENA, VIOLAS, VIOLETAS, VINCAS, ZULIAS.XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX



Gerente ICA. Seccional Cundinamarca



ANEXO 4. Modelo de encuesta

	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE FUSAGASUGA	
	ENCUESTA	
Esta encuesta se realiza con el objetivo de caracterizar el mercado de las poinsettias o también conocidas "navideñas" en la ciudad de Fusagasugá.	PAGINA: 1 de 3	

EDAD _____ SEXO _____ OCUPACIÓN _____ ESTADO CIVIL _____

Subraye una respuesta de las siguientes preguntas:

ACTIVIDAD ECONOMICA

a) Viverista b) Comerciante De Plantas d) Decorador

1. ¿Cuál es la festividad del año donde usted compra y vende más plantas?

a) Navidad	c) Día del amor y la amistad	e) Día de la madre
b) Día de la mujer	d) Semana santa	f) Otra ¿Cuál? _____
2. ¿Qué tipo de plantas compra habitualmente?

a) Ornamentales	c) Cítricas	e) Aromáticas
b) Frutales	d) Exóticas	f) Otras
3. ¿ha comprado poinsettias?

a) SI	b) NO
-------	-------
4. ¿cuál es uso habitual de las poinsettias?

a) Decoración	c) Alimento
b) Medicinal	d) Otra ¿cuál? _____
5. ¿Cuántas poinsettias compra en promedio anualmente?

a) 1 a 100	c) 1001 a 2000
b) 101 a 1000	d) Más de 2000
6. ¿qué características busca al momento de comprar una poinsettia?

a) Color de las hojas.	d) Tamaño del tallo
b) Tamaño de las hojas	e) Otras
c) Frondosidad	
7. ¿cuantas empresas de cultivos de poinsettia conoce en la ciudad de Fusagasugá?

a) 1	c) 6 a 10
b) 2 a 5	d) Más de 10
8. ¿Cuál es la referencia en matero de poinsettias que usted más compra?

a) Matero P10	d) Matero P 30
b) Matero P14	
c) Matero P18	
9. ¿Por qué motivo usted adquiere las poinsettias?

a) Para decoración	c) Para cultivar
b) Comercialización	d) Otra ¿Cuál? _____
10. ¿cuál es su interés al momento de acercarse al Vivero Poinsettias De Los Andes a comprar plantas?

a) Precio	d) Punto de acceso al cultivo
b) Calidad del producto	e) Otra ¿Cuál? _____
c) Atención al cliente	
11. ¿Cuál es el precio promedio en el usted compra poinsettias en matero P14?

a) \$5.500	c) \$6.500
b) \$6.000	d) \$7.000
12. ¿cuál es el color de la planta de mayor aceptación?

a) Roja	d) Rosada
b) Blanca	e) Otra ¿Cuál? _____
c) Amarilla	
13. ¿para usted cuales son las condiciones ideales de empaque para las poinsettias?

a) Caja de cartón y capuchón de plástico	c) No necesita empaque
b) Canastillas plásticas y papel periódico	d) Solo el capuchón
	e) Otra ¿Cuál? _____
14. ¿a través de que medio publicitario usted es traído para comprar poinsettias?

a) Televisión	d) Internet
b) Radio	e) Otras
c) Voz a voz	

ANEXO 5. Aplicación de la Encuesta

