

CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA
DE LA ASOCIACIÓN DE VIVERISTAS DEL SUMAPAZ
(VEREDA CHINAUTA)

ERVIN FABIAN TAUTIVA AVILA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

CONTADURÍA PÚBLICA

FUSAGASUGÁ

2017

CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA
DE LA ASOCIACIÓN DE VIVERISTAS DEL SUMAPAZ
(VEREDA CHINAUTA)

ERVIN FABIAN TAUTIVA AVILA

ASESOR:

GONZALES MORENO MANUEL RICARDO

ECONOMISTA

CO-INVESTIGACIÓN PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

CONTADURÍA PÚBLICA

FUSAGASUGA

2017

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTOS.....	9
1. INTRODUCCIÒN.....	10
2. TÌTULO.....	11
3. ÀREA, LÌNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION.....	12
4. PROBLEMA.....	13
4.1. FORMULACIÒN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÒN.....	13
4.2. PREGUNTA PROBLEMA.....	13
5. OBJETIVOS.....	14
5.1. OBJETIVO GENERAL.....	14
5.2. OBJETIVOS ESPECÌFICOS.....	14
6. JUSTIFICACIÒN.....	15
7. MARCOS DE REFERENCIA.....	16
7.1. MARCOS DE ANTECEDENTES.....	16
7.1.1. PLAN DE COMPETITIVIDAD PARA LA PROVIDENCIA DEL SUMAPAZ.....	16
7.1.2. CAMARA DE COMERCIO.....	17
7.2. MARCO DE REFERENTES.....	17
7.2.1. CARACTERIZACIÒN GEOGRÀFICA.....	17
7.3. MARCO HISTORICO.....	18
7.4. MARCO TEÒRICO.....	19
7.4.1. Teoría de la ventaja competitiva de las naciones de Michael E. Porter.....	19
7.4.2. Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith.....	19
7.4.3. Teoría de Economía y Sociedad de Max Weber.....	20

7.5.	MARCO CONCEPTUAL	21
7.6.	MARCO LEGAL.....	23
7.6.1.	CODIGO DEL COMERCIO.	23
7.6.1.1.	CAPITULO II deberes de los comerciantes Art. 19.	23
7.6.1.2.	ICA RESOLUCIÓN 003180 26 DE AGOSTO 2009.....	23
7.7.	MARCO GEOGRAFICO.....	24
7.7.1.	MUNICIPIO DE FUSAGASUGÀ	24
7.7.1.1.	LOCALIZACIÓN.....	24
7.7.1.2.	ACCESIBILIDAD	24
7.7.1.3.	CHINAUTA.....	24
7.7.1.4.	LIMITES:.....	25
8.	METODOLOGÍA.....	26
9.	RESULTADOS DE ENCUESTAS	28
9.1.	ESQUEMA TEMATICO	28
9.2.	GRAFICAS DE ENCUESTAS.....	34
10.	RECURSOS	47
11.	IMPACTOS.....	48
11.1.	IMPACTO SOCIAL	48
11.2.	IMPACTO ECONOMICO	48
12.	CONCLUSIONES	49
13.	RECOMENDACIONES	51
14.	BIBLIOGRAFÍA.....	52

TABLA DE GRAFICAS

GRAFICA 1 ¿Cuál es el nivel de escolaridad de jefe del hogar?.....	34
GRAFICA 2 ¿posee sucursales?.....	35
GRAFICA 3. ¿Cuáles son los ingresos promedio de la familia	36
GRAFICA 4 ¿Cuáles son los gastos mensuales promedio de la familia?	37
GRAFICA 5 ¿puede generar ahorro?	38
GRAFICA 6 ¿ha mejorado su calidad de vida en los últimos años?.....	38
GRAFICA 7: Costo específico para la plantación de eugenias Plantas para cercas vivas .	41
GRAFICA 8: Costo Global para la plantación de eugenias (Plantas para cercas vivas)....	42
GRAFICA 9: Valor del lote de 2500 plantas terminado para el comercio \$750.000.....	43
GRAFICA 10: Costo específico para la plantación de durante (planta para jardines)	44
GRAFICA 11: Costo Global para la plantación de durante (planta para jardines).....	45
GRAFICA 12: Valor del lote de 2000 plantas terminado para el comercio (durante)	46

TABLA DE TABLAS

TABLA 1: datos recolectados de los viveros.	28
TABLA 2: datos recolectados de los viveros.	29
TABLA 3: datos recolectados de los viveros.	30
TABLA 4: datos recolectados de los viveros.	31
TABLA 5: datos recolectados de los viveros.	32
TABLA 7: Costos y gastos para la plantación de 2500 plantas de eugenias.....	40
TABLA 8: Comparación porcentual y variabilidad del producto	42
TABLA 9: Costos y gastos para la plantación de 2000 plantas de durantas.	43
TABLA 10: Comparación porcentual y variabilidad del producto	45
TABLA 11. Tabla presupuestal	47

TABLA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 ubicación de Chinauta y municipio de Fusagasugá.	25
ILUSTRACIÓN 2: formula maestral de los viveristas.....	27

DEDICATORIA

Dedicárselo a nuestros padres, hermanos y amigos, que estuvieron pendientes para ayudar en cualquier dificultad que se nos presentara en el camino. Espero que todos ellos estén orgullosos de este gran logro que ya casi se culmina totalmente. Por ultimo dedicárselos a todas las personas que ayudaron para que este proyecto se lograra como por ejemplo a todos los viveristas de la región del Sumapaz.

AGRADECIMIENTOS

En primera medida agradecer a dios y la virgen porque en el trayecto de mi vida me diera la oportunidad de que se lograra esta investigación. También a nuestro asesor Manuel Ricardo Gonzales moreno, quien dedicado todo su tiempo y esfuerzo para ayudarme a realizar esta investigación. Y por último agradecimientos al grupo de semilleros de la universidad.

1. INTRODUCCIÓN

La necesidad que se tiene en la provincia del Sumapaz del departamento de Cundinamarca – Colombia especialmente en la vereda de Chinauta, en el sector de viveristas pequeños y medianos comerciantes con el fin de darles una caracterización y orden socioeconómica en su parte financiera y social. Y así mismo determinarles que tipos de procesos utilizan para la producción y elaboración de sus productos con el fin de identificar y saber cómo se encuentra su organización económica frente a los demás viveristas de la región, de igual manera comparar sus niveles de producción y herramientas en las que se apoyen para obtener una actividad económica sostenible en la región.

El grupo de productividad y emprendimiento empresarial PROCEM, bajo sus líneas de investigación, cuenta con recursos humanos calificados que permitirán aplicar de manera eficiente todos aquellos procesos para el desarrollo de la investigación, así generar resultados que permitan conocer cómo se encuentra la asociación de viveristas de Chinauta.

La información recolectada en esta investigación, le permitirá a la asociación de viveristas de la región del Sumapaz, obtener más información actualizada que les mejore su actividad comercial. Ya que la información económica y social en estos momentos no es la más adecuada ya que esta asociación relativamente es nueva en la región. Por lo tanto nace la necesidad de hacer esta investigación para no solo aportarle a la asociación sino también a toda la región del Sumapaz.

Esta investigación les permitirá al grupo PROCEM de la universidad de Cundinamarca aportar en conocimientos a los investigadores de este grupo, ya que este proyecto no solo es para la asociación sino también para aportarle conocimientos a la universidad.

2. TÍTULO

**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA ASOCIACIÓN DE VIVERISTAS
DEL SUMAPAZ (VEREDA CHINAUTA)**

3. ÀREA, LÌNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION

ÀREA: Administración y Organizaciones

LÌNEA: Desarrollo Organizacional y Regional

PROGRAMA: Contaduría Pública

TEMA: Caracterización Socioeconómica

4. PROBLEMA

4.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La asociación de viveristas de la región del Sumapaz, no tiene bien claro su situación económica y social, por lo tanto, es indispensable investigar estas variables, que les permitan ser competitivos en el país. De igual manera es necesario motivar a todos los viveros, para que hagan parte del crecimiento económico de la región.

4.2. PREGUNTA PROBLEMA

¿El desconocimiento socioeconómico afecta a la asociación de viveristas de la región?

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Caracterizar socioeconómicamente la asociación de viveristas de la región del Sumapaz. (ASOVIZ).

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Evaluar el crecimiento económico de cada uno de los dueños de los viveros de esta asociación, para así obtener más información centralizada y actualizada.
- ❖ Caracterizar los niveles de estudio de cada uno de los vieiritas de esta asociación, ya que es necesario conocer hasta que nivel de competitividad se encuentran en cada uno de ellos, de esa forma partir de sus necesidades.
- ❖ Determinar cuáles son sus ingresos y gastos, y de esa forma conocer su situación económica en la actualidad, para ver si cubren sus necesidades de primera necesidad.
- ❖ Analizar si con su actividad comercial ha mejorado su calidad de vida en los últimos años, y de esa manera conocer el futuro de la asociación de viveristas de la región del Sumapaz.
- ❖ Identificar el proceso de producción y costo que genera la producción de 2 tipos de plantas comercializadas para jardinería.

6. JUSTIFICACIÓN

La caracterización socioeconómica de la asociación de viveristas de la región del Sumapaz, es importante ya que ellos hacen parte del crecimiento económico de la región, por lo tanto, es necesario determinar estas variables, para que así puedan ser competitivos en el mercado en el que ellos se encuentran. Con este orden de ideas, se puede determinar si esta asociación va en aumento de crecimiento o por lo contrario va en retroceso. De igual manera, este proyecto les permitirá a la asociación tomar soluciones prontas en la toma de decisiones.

Esta caracterización a los viveros, les permitirá a los dueños replantear sus estrategias en el mercado, como por ejemplo la prestación de bienes, en este caso las plantas que ellos cultivan, entre otras de igual importancia. Por otro lado, se podrá evidenciar algunas necesidades de estos viveros y de igual manera darles soluciones.

De igual modo, este proyecto se realiza para que los semilleros de la universidad de Cundinamarca puedan contribuir en el crecimiento de la región y de la universidad como tal. Por otro lado, para que cada uno de los estudiantes pertenecientes a este semillero, puedan otorgar esto como trabajo de grado y así poderse graduar como contadores públicos de esta universidad. En conclusión, este trabajo le traerá beneficios a toda la región del Sumapaz.

7. MARCOS DE REFERENCIA

7.1. MARCOS DE ANTECEDENTES

7.1.1. PLAN DE COMPETITIVIDAD PARA LA PROVIDENCIA DEL SUMAPAZ

Según un estudio realizado por la universidad del rosario, Fusagasugá y toda la región del Sumapaz, deberá otorgar las siguientes recomendaciones, si verdaderamente quiere ser competitivo en el mercado:

`` Generar actividades de servicios institucionales, comerciales y dotacionales de escala regional; ii) Desarrollar actividades de apoyo a toda la ruralidad del sur y suroccidente del departamento; iii) Definir polígonos de actividad industrial y actividades asociadas de alta especialización; iv) Implantar actividades agrícolas y agroindustriales de alto valor agregado en su suelo rural``. En este último punto realizado por un estudio de la cámara de comercio se puede evidenciar que el sector agrícola es una parte fundamental para el desarrollo de una región. De igual modo este estudio deja claro que la región del Sumpaz es más competitiva que otras regiones, ya que ocupa el cuarto lugar en el mercado de Cundinamarca. (Rosario, 2010).

7.1.2. CAMARA DE COMERCIO

Acorde con un estudio realizado por la cámara de comercio, la provincia del Sumapaz en su distribución de actividades productivas está conformada por los siguientes porcentajes:

Comercio al por mayor y al por menor 29,0%, construcción 7,9%, explotación de minas y canteras 0,8%, industrias manufactureras 8,2%, pesca 0,3%, servicios 46,4% y por ultimo agricultura 7,4%. Esto nos indica, que a pesar de que la agricultura está por debajo de otras actividades productivas, su porcentaje es muy importante, ya que supera a otros sectores, por lo tanto esta región es de gran influencia, para que los viveros estén situados en una región competitiva. Así mismo la cámara de comercio en su registro mercantil del 2008, en la provincia del Sumapaz se encontraba registrados 8.661 empresas, lo que quiere decir que el 7,4% de ellas estaban registradas. (Comercio, 2010).

7.2. MARCO DE REFERENTES

7.2.1. CARACTERIZACIÓN GEOGRÁFICA

Según la secretaria de planeación de la alcaldía de Bogotá el ecosistema característico de la localidad de Sumapaz es el de montaña, que presenta un relieve conformado por sectores quebrados y fuertemente quebrados, además de amplios valles como el del río Santa Rosa. En el Sumapaz se genera uno de los más grandes recursos hídricos de Colombia, el cual hace parte de las cuencas de los ríos Magdalena y Orinoco. Es muy posible que en un futuro Sumapaz se convierta en el abastecedor principal de agua para Bogotá. La clasificación biótica del ecosistema de la localidad presenta la siguiente distribución: • 35.928 hectáreas de pajonal • 25.017 hectáreas de frailejones y pajonal • 5.402 hectáreas de bosque natural • 1.856 hectáreas de turbera • 106 hectáreas de laguna • 1.128 kilómetros de ríos y quebradas El páramo es la región de vida más extensa de la localidad, ubicándose sobre los 3.500 m de altitud. Se considera que esta zona es la menos alterada por la actividad humana, lo que se atribuye en parte a que pertenece al Parque Nacional Natural del Sumapaz. La vegetación de páramo se caracteriza en su fisonomía por ser de tipo herbáceo y arbustivo, con adaptaciones que les permiten sobrevivir a grandes fluctuaciones

climáticas a las que se encuentran sometidos estos ecosistemas durante el día. En cuanto al clima, esta zona se caracteriza por tener un clima frío, con temperaturas medias que oscilan entre 4,4°C y 8,3°C; en cuanto a las precipitaciones estas son bajas, y oscilan entre 776 mm en la zona norte de la localidad, hasta 3.062 en la zona suroriental (esta última muy influida por la humedad proveniente del piedemonte llanero). (Bogotá, 2009).

7.3. MARCO HISTORICO

Por otro lado, existe otro trabajo, que hace referencia a la asociación de viveristas de la región del Sumapaz, expuestos por la universidad nacional abierta y a distancia.

“La Asociación de Viveristas de la provincia del Sumapaz ASOVIZ, es una persona jurídica sin ánimo de lucro, constituida en el año 2000 con la misión de “trabajar bajo principios éticos de responsabilidad social, eficiencia, compromiso, democracia, igualdad de derechos, equidad, solidaridad y conservación del medio ambiente para integrar y organizar a los viveristas de la región en favor de la formación de una identidad corporativa, organización, productividad y competitividad del subsector viveristas, protegiendo el desarrollo integral y la conservación de los derechos laborales, económicos y sociales de sus asociados y reforzando de esta manera la imagen de la región como ciudad jardín de Colombia.” Su visión que hoy se encuentra vencida profesa: “La Asociación de viveristas de la provincia de Sumapaz ASOVIZ se visualiza para el año 2010 como una empresa orientadora de principios, responsable de liderar las actividades de producción y comercialización de plantas ornamentales, flores y follajes trabajando con procesos de cambio y tecnología de vanguardia, orientados hacia la competitividad, calidad, desarrollo humano sostenible a través de procesos de investigación, producción y representación del subsector viveristas, resaltando su imagen y proyección social, como pionera de esta actividad en Fusagasugá ciudad Jardín de Colombia. El objetivo general dado por ASOVIZ es contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados, su familia y todas aquellas personas que directa o indirectamente tengan algunos 27 vínculos con el gremio; así como defender sus intereses comunes y representarlos jurídicamente ante los diferentes entes públicos y privados”.(César Augusto Gutiérrez Barbosa, <http://66.165.175.249/bitstream/10596/8584/3/80499430.pdf>, 2016).

7.4. MARCO TEÒRICO

Para poder caracterizar a la asociación de viveristas de la región del Sumapaz, es necesario tener en cuenta las variables como son, la parte social y la parte económica. Estas dos variables hacen parte de la vida de un ser humano, o de cualquier entidad ya sea pública o privada, por lo tanto, es necesario tomar, fuentes secundarias donde nos permita comprender más estas variables. A continuación, se darán teorías diferentes.

7.4.1. Teoría de la ventaja competitiva de las naciones de Michael E. Porter

Según Michael E. Porter, la ventaja competitiva es todo aquello, que reúne los factores que abarcan a una organización, donde cada uno de ellos debe entrelazarse para que puedan funcionar como un hilo conductor hacia el éxito. La ventaja competitiva de las naciones nos indica que para poder competir con otras naciones es necesario adoptar nuevas estrategias que nos permita sobre salir internacionalmente, como por ejemplo el factor de innovación. Es tan importante este factor que es el que predomina a nivel mundial para el desarrollo de un país. Pero para que esto funcione es necesario que toda organización cuente con un buen líder ya que él es el que llevara las banderas de toda la organización. Por lo tanto el deberá llevar también ese hilo conductor que le permita llegar al éxito. (Porter, 1990).

7.4.2. Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith

En definitiva, este autor lo que hace referencia con esta teoría es que los países tienen la oportunidad de exportar o e importar productos de alta calidad para que beneficien los intereses de una organización. Por lo cual es necesario que todas las organizaciones sean eficientes al generar productos de alta calidad, ya que esto les permite competir con otros países, de ahí el concepto de comercio independiente. Esto significa que todos los productos deben competir con otros para que sean más apetecidos. Y una manera de competir es el manejo de los costos de un bien o un servicio. Esto hace que las organizaciones o países prefieran su bien o servicio.

Para concluir con esta teoría la ventaja absoluta, es aquella que mejor este posicionada en el mercado, ya sea por la calidad de sus bienes o servicios o por el sector geográfico en el que se encuentre. Cuando se hace referencia al sector geográfico, significa lugar privilegiado en el mercado. (Adam Smith, s.f)..

7.4.3. Teoría de Economía y Sociedad de Max Weber

En la teoría de Max Weber, sobre la economía y sociedad, se dice que estos dos conceptos son imposibles de no tener en cuenta, ya que estos hacen parte de la vida de las personas. De ahí el concepto de la sociología, esto significa que el comportamiento de las personas en una organización influye en el resultado de las acciones, por lo tanto, es importante encontrar la mejor manera social y económica para el desarrollo de cualquier actividad.

Según Weber el estado necesariamente debe influir en la economía y en la sociedad, pero esa intervención debe ser una intervención que favorezca a todas las personas y no a unos pocos, ya que esto permite que la sociedad esté a gusto y con forma de conceptos de igualdad.

Como conclusión la economía y la sociedad hace parte de las personas u organizaciones, para el desarrollo de las funciones cotidianas de la vida, ya que en todo lo que hagamos en la vida necesariamente influye la economía y la sociedad. (Max Weber, s.f.).

7.5. MARCO CONCEPTUAL

Viveros: cuando hablamos de viveros hacemos referencia de que es un conjunto de instalaciones agronómicas en el cual se plantan, germinan, maduran y endurecen todo tipo de plantas. Se le da el nombre de viveros a los establecimientos comerciales que no producen, pero que si venden.

Un buen vivero se caracteriza por tener todas las condiciones para poder sembrar cualquier tipo de planta, condiciones como: agua, buenas tierras, buenas semillas, buenos sistemas de riego, buen abono entre otros. (Asociacion 02 Ambiental, s.f.).

Caracterización: en pocas palabras caracterización es una fase descriptiva, con el objetivo de identificar, aspectos, componentes y acontecimientos del marco en estudio. Su único fin esencial es descriptivo. (Fundación Universitaria Católica del Norte, 2010)

Producto interno bruto (PIB): Este representa el resultado final de la actividad productiva de las unidades de producción residentes. Se mide desde el punto de vista del valor agregado, de la demanda final o las utilidades finales de los bienes y servicios y de los ingresos primarios distribuidos por las unidades de producción residentes. (DANE, 2016).

Socioeconómica: en resumen la socioeconómica son los cambios mentales y sociales de una localidad que la hace competente para aumentar su nivel de vida de forma progresiva y permanente, a través de su utilización de recursos naturales y humano. (Socioeconomia.com, s.f.)

Semillero de investigación: A continuación, un semillero de investigación surge como respuesta a la necesidad de brindar a los estudiantes espacios académicos donde fortalezcan las dinámicas propias de la metodología de la investigación formativa. Es así como los estudiantes y docentes de la institución unen esfuerzos para vivir de manera práctica los procesos de investigación. (Camacho, 2016).

Comerciantes: es aquella persona natural o jurídica que ejerce, de manera continua, actos de comercio en forma habitual y profesional. Esto quiere decir personas que se dedican a la compra y venta de bienes y servicios. (Camara de Comercio de Bogotá, 2016).

Cultura: ``cultura es el aprovechamiento social del conocimiento``. Esto significa que es todo lo que se adquiere por medio de la sociedad, como por ejemplo los conocimientos que nos transmiten nuestros antepasados. (Marquès, 2003).

Competitividad: según Michael Porter para ser competitivo es necesario crear estrategias que nos permita avanzar en el mundo competitivo, de lo contrario tiende a desaparecer como empresa. “La asombrosa capacidad que tiene la competencia para mejorar las cosas, tanto en las empresas como en la sociedad en general”.

Esto significa que la competencia determinara toda la parte socioeconómica de su negocio. (Porter, file:///C:/Users/diego/Downloads/1233305128.Competitividad%20Porter.pdf, 2009).

Crecimiento económico: son todos los recursos que puede conseguir una entidad para el mejoramiento de la misma, como, por ejemplo: Inversión y tecnología, en la parte de inversión es muy importante el generar ahorro para tiempos difíciles, ya que esto nos permite salir a flote ante cualquier dificultad de dinero. Y por último la tecnología, ya que gracias a ella se aumenta la competitividad en cualquier organización. (Jurado, 2006).

7.6.MARCO LEGAL.

Como bien se sabe los viveros son negocios donde comercializan productos en este caso las plantas. Por lo tanto, ellos deben cumplir con la normatividad vigente para establecimientos comerciales, como son el código del comercio y otras entidades. A continuación, aremos referencia de los artículos y leyes que deben cumplir los viveros.

7.6.1. CODIGO DEL COMERCIO.

7.6.1.1. CAPITULO II deberes de los comerciantes Art. 19.

Las Obligaciones de los comerciantes. Es obligación de todo comerciante: 1o) Matricularse en el registro mercantil; 2o) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad; 3o) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales; 4o) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades; 5o) Derogado. (Ley 222 de 1995). 6o) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal. (Codigo Comercial de Colombia, 1971).

7.6.1.2. ICA RESOLUCIÓN 003180 26 DE AGOSTO 2009.

Por medio de esta resolución establecen los requisitos y procedimientos para la producción y distribución de material de propagación de frutales en el territorio nacional y se dictan otras disposiciones.

El instituto colombiano agropecuario (ICA), es responsable de ejercer acciones de sanidad agropecuaria y en el control técnico destinado a proteger la producción agropecuaria nacional y facilitar el acceso de productores nacionales al mercado internacional. (Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)., 2009).

7.7. MARCO GEOGRAFICO

7.7.1. MUNICIPIO DE FUSAGASUGÀ

7.7.1.1.LOCALIZACIÓN

El Municipio de Fusagasugá, se encuentra ubicado en la región Andina del país, al sur occidente del Departamento de Cundinamarca, es cabecera Provincial del Sumapaz, enmarcada topográficamente dentro de dos cerros: el Fusacatán y el Quininí. Desplegada en la parte superior de la altiplanicie de Chinauta en latitud 4° 20' 00" y longitud 74° 21' 00". Circundada por excelentes vías de acceso que la comunican con todo el país, especialmente con la ciudad capital de Bogotá por la vía Panamericana.

7.7.1.2. ACCESIBILIDAD

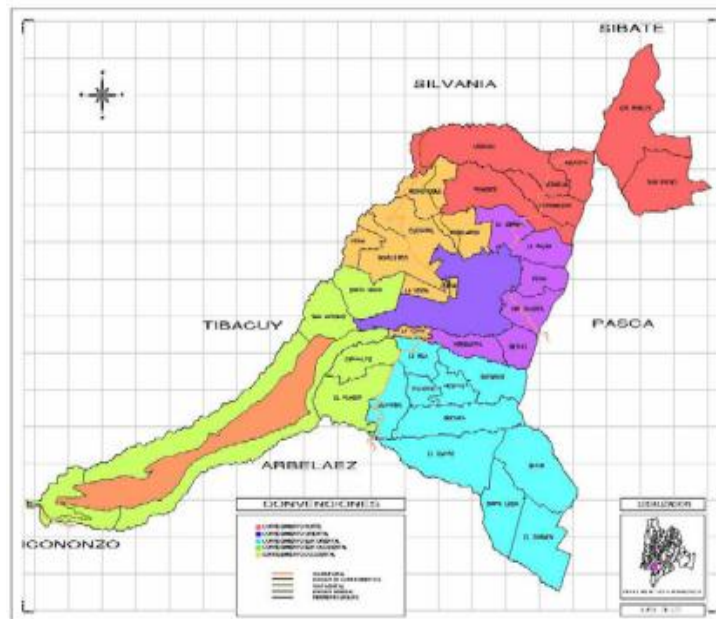
La Ciudad Jardín se puede acceder desde la capital por dos importantes vías: Carretera Panamericana a una distancia de 64 km. Vía San Miguel a una distancia de 59 km. Saliendo de Bogotá D.C., se toma la autopista sur hacia el sur-occidente hasta el municipio de Soacha; continuando por esta vía se encuentra la desviación a la derecha por la vía Panamericana y a la izquierda la vía por San Miguel. Los municipios más cercanos son Arbeláez, Silvania, Pasca y Tibacuy. (Alcaldía de Fusagasugá, 2010).

7.7.1.3.CHINAUTA

Chinauta se encuentra localizada en la Céntrica Región Andina en el interior del departamento de Cundinamarca en el municipio de Fusagasugá localizado en el sur occidente del departamento, el municipio está conformado por cinco corregimientos, estos son: Norte, Oriental, Occidental, Sur oriental y Sur occidental. El área del Plan Parcial denominada Zona Suburbana No 3 La Puerta - El Triunfo más conocida como Chinauta está ubicada en el corregimiento Sur Occidental, el cual cuenta con un área de 51 Km.² aproximadamente y está dividido en 6 veredas, así: San Antonio, Santa Maria, Espinalito, El Placer, La Puerta y El Triunfo. La zona del Plan Parcial No 3 se encuentra en la meseta o parte plana de las veredas La Puerta y El Triunfo lugar conocido como Chinauta, entre los kilómetros 47 y 62 de la vía Bogotá-Girardot. La zona objeto de

estudio cuenta con un área aproximada de 15 Km.² equivalente al 7,32% del área total del municipio y al 27% del área del corregimiento.

Ilustración 1 ubicación de Chinauta y municipio de Fusagasugá.



Fuente: tomada de sitio web de la alcaldía de Fusagasugá Cundinamarca.

7.7.1.4.LIMITES:

La Zona objeto de estudio limita por el Norte con el resto de las veredas La Puerta y El Triunfo; Por el Oriente con la vereda San Antonio; Por el Sur con el resto de las veredas La Puerta y El Triunfo; Por el Occidente con el resto de la vereda el Triunfo. Sus coordenadas de acuerdo al meridiano de Greenwich son1: Latitud 4° 21' 00" N Longitud 74° 29' 00" W. (cundinamarca, 2006, pág. cundinamarca).

8. METODOLOGÍA.

Este artículo resume la caracterización de variables económicas y sociales; variables que fueren recogidas a través de un instrumento tipo encuesta con preguntas abiertas y cerradas. De igual manera se utilizaron fuentes secundarias, como son documentos de caracterización económica de los municipios generados por las cámaras de comercio y otras entidades como las oficinas de impuestos municipales y regionales.

Para analizar cada una de las variables económicas y sociales se tuvieron en cuenta varias técnicas de investigación como son la técnica Philips 6.6 que está caracterizada porque con grupos de 6 personas se analizaban cada uno de los resultados enfocados a seis temas, 3 económicos y 3 sociales este proceso se les hizo a 79 encuestados.

En el mismo sentido se utilizaron las medidas de tendencia central para establecer una media con respecto a las respuestas generadas por cada uno de los individuos caracterizados. Todos los individuos caracterizados fueron de la región del Sumapaz especialmente la región de Chinauta a la asociación ASOVIZ (asociación de viveristas de la región del Sumapaz).

Para entrevistar a cada uno de los viveros fue necesario realizar reuniones que fueron convocadas por el gerente y en ocasiones ir hasta los viveros donde se ubican, ya que ellos no iban a estos compromisos. Por tal motivo se debió realizar las debidas logísticas que nos permitiera dirigirnos hasta donde se encontraban los viveros. No obstante cabe decir que los viveros de los cuales se ha hablado en su mayoría son frutales, igualmente ornamentales. Los ornamentales son aquellas plantas que se puede utilizar como adorno o porque son plantas medicinales, (Gardey, 2014) y los frutales son aquellos árboles que pueden producir frutas ya sean jugosos o secos. (Botanical-online.com, 2017).

Para poder sacar la población de estudio y que diera un margen de nivel de confianza, fue necesario aplicar la matriz que nos facilitó nuestro asesor.

Ilustración 2: formula maestra de los viveristas.

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas										
N [tamaño del universo]	113									
p [probabilidad de ocurrencia]	0,5									
Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)								
90%	0,05	1,64								
95%	0,025	1,96								
97%	0,015	2,17								
99%	0,005	2,58								
Matriz de Tamaños maestres para un universo de 113 con una p de 0,5										
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	42	48	54	62	70	80	89	98	106	111
95%	52	58	64	72	79	87	95	102	108	112
97%	58	64	70	77	84	91	98	104	109	112
99%	67	73	79	85	91	97	102	106	110	112

Fuente: asesor del proyecto.

En conclusión podemos decir que se hizo todo lo necesario para que esta investigación pueda ser lo más creíble posible utilizando todas las herramientas necesarias para hacerlo ya que nuestra investigación es deductiva.

9. RESULTADOS DE ENCUESTAS

9.1. ESQUEMA TEMATICO

En este esquema se encuentran todos los 79 viveros encuestados de la región.

Tabla 1: datos recolectados de los viveros.

NOMBRE DEL VIVERO	POSEE SUCURSALES	ESCOLARIDAD DEL JEFE DEL HOGAR	INGRESOS PROMEDIO DE LA FAMILIA	GASTOS MENSUALES PROMEDIO DE LA FAMILIA	PUEDA GENERAR AHORRO	HA MEJORADO SU NIVEL DE VIDA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS
JARDINES PRIMAVERA	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	No	No
JARDINES PRIMAVERA	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	No	No
EL JAZMINCITO	NO	UNIVERSITARIOS	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	No	No
VIVERO TIFFANY	NO	TECNICOS	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	No
VIVERO LAS MANDEVILAS	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	No	Si
PLANTAS DEL SUMAPAZ	NO	SECUNDARIA	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	No	Si
FRUTAR	NO	TECNICOS	2.000.000 - 3.000.000	2.000.000 - 3.000.000	No	Si
EL RINCÓN DE LAS ROSITAS	NO	PRIMARIA	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	No	Si
LA CEIBA	NO	TECNICOS	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	No	Si
NAPOLES II	NO	PRIMARIA	500.000 – 700.000	500.000 – 700.000	No	Si
EL CORTIJO	NO	PRIMARIA	500.000 – 700.000	500.000 – 700.000	No	Si
VIVERO EL HORIZONTE	NO	PRIMARIA	701.000 – 1000.000	500.000 – 700.000	No	Si
Plantas la Amapola	NO	SECUNDARIA	701.000 – 1000.000	500.000 – 700.000	No	Si
SALSIPUEDES	NO	PRIMARIA	701.000 – 1000.000	701.000 – 1000.000	No	Si

Fuente: elaborada por autor

Tabla 2: datos recolectados de los viveros.

PLANTACIONES GLORIA	NO	SECUNDARIA	701.000 – 1000.000	701.000 – 1000.000	No	Si
ANA JUANITA	NO	UNIVERSITARIOS	701.000 – 1000.000	701.000 – 1000.000	No	Si
NAPOLITANO	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
VIVERO SOSA CASTRO	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
VIVERO PLANTAS Y ANTURIOS	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
VIVERO DONDE PACHO	NO	SECUNDARIA	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
VIVERO DONDE POCHO 2	NO	SECUNDARIA	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
EL GUAYACAN	NO	TECNICOS	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
SABANA LARGA	NO	TECNICOS	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
FORESTMAR	NO	UNIVERSITARIOS	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
SANTA BARBARA	NO	UNIVERSITARIOS	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
MADRIGAL M.A	SI	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
Alexis	NO	PRIMARIA	2.000.000 - 3.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
AZALEAS	NO	PRIMARIA	2.000.000 - 3.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
EL BOSQUE	NO	SECUNDARIA	2.000.000 - 3.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si

Fuente: elaborada por autor

Tabla 3: datos recolectados de los viveros.

LA ARBOLEDA	NO	TECNICOS	2.000.000 - 3.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
FERIA DE FRUTALES	NO	TECNICOS	2.000.000 - 3.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
JADE-LUNA	NO	UNIVERSITARIOS	2.000.000 - 3.000.000	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
LAS VEGAS.	NO	PRIMARIA	3.000.000 O MÁS	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
LAS VEGAS.	NO	PRIMARIA	3.000.000 O MÁS	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
VIVERO LOS OCOBOS	NO	TECNICOS	3.000.000 O MÁS	1.000.000 - 2.000.000	Si	Si
AUDIPLANTAS	NO	SECUNDARIA	2.000.000 - 3.000.000	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
SURTIHELECHOS	NO	SECUNDARIA	2.000.000 - 3.000.000	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
VIVERO EL TRIUNFO	NO	TECNICOS	2.000.000 - 3.000.000	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
J.G	SI	SECUNDARIA	2.000.000 - 3.000.000	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
Villa Lorena	SI	UNIVERSITARIOS	2.000.000 - 3.000.000	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
Villa Lorena	SI	UNIVERSITARIOS	2.000.000 - 3.000.000	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
VILLA LORENA	SI	UNIVERSITARIOS	2.000.000 - 3.000.000	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
VILLA LORENA. SUCURSAL NOVILLERO	SI	UNIVERSITARIOS	2.000.000 - 3.000.000	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
JARDINES LA HELICONIA	NO	PRIMARIA	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si

Fuente: elaborada por autor

Tabla 4: datos recolectados de los viveros.

VIVERO ARTIPLANTAS.	SI	SECUNDARIA	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
SUCURSAL VIVERO ARTIPLANTAS SILVANIA	SI	SECUNDARIA	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
VIVERO ARTIPLANTA LOS ALNES	SI	SECUNDARIA	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
VIVERO ARTIPLANTAS-LA CLARITA.	SI	SECUNDARIA	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
FRUTALES TATIS	SI	SECUNDARIA	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
BIO-AGRO 1	SI	TECNICOS	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
BIO-AGRO 2	SI	TECNICOS	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
AGRISUR SAS	SI	UNIVERSITARIOS	3.000.000 O MÁS	2.000.000 - 3.000.000	Si	Si
INVERSIONES MAR DE PLANTAS.	SI	UNIVERSITARIOS	3.000.000 O MÁS	3.000.000 O MAS	Si	Si
VIDA VERDE	NO	SECUNDARIA	1.000.000 - 2.000.000	500.000 – 700.000	Si	Si
VIVERO LA CAMPIÑA.	NO	SECUNDARIA	500.000 – 700.000	500.000 – 700.000	Si	Si
VIVERO TAIRONA	NO	SECUNDARIA	500.000 – 700.000	500.000 – 700.000	Si	Si
VIVERO FLOREZ Y VERDES	NO	SECUNDARIA	701.000 – 1000.000	500.000 – 700.000	Si	Si
SAN JERONIMO	NO	TECNICOS	701.000 – 1000.000	500.000 – 700.000	Si	Si

Fuente: elaborada por autor.

Tabla 5: datos recolectados de los viveros.

Vivero Jardines La Uvita 2	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
SAN LUIS.	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
VIVERO JARDINES LA UVITA 2.	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
LOS CALADIOS	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
ARTE LOS GIRASOLES	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
JUANITA JATIN	NO	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
PLANTACIONES ELCATIRE	NO	SECUNDARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
VIVERO SURTIPLANTAS FUSAGASUGÁ	NO	SECUNDARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
LIRIOPE	NO	SECUNDARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
EUCALIPTOS	NO	SECUNDARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
PLANTACIONES QUININI	NO	TECNICOS	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
PLANTACIONES EL PORVENIR	SI	PRIMARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
PLANTACIONES EL SINAY	SI	SECUNDARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
PLANTACIONES EL SINAY SUCURSAL	SI	SECUNDARIA	1.000.000 - 2.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
Jardines La Uvita	NO	SECUNDARIA	2.000.000 - 3.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si

Fuente: elaborada por autor

Tabla 6: datos recolectados de los viveros.

JARDINES LA UVITA	NO	SECUNDARIA	2.000.000 - 3.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
CITRICOS J.D	NO	TECNICOS	2.000.000 - 3.000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
PUNTO VERDE LAS PALMAS	NO	PRIMARIA	701.000 – 1000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
VIVERO MEJÍA	NO	PRIMARIA	701.000 – 1000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
JARDINES Y VERANERAS CHINAUTA	NO	PRIMARIA	701.000 – 1000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si
VIVERO VILLA TATIANA.	NO	SECUNDARIA	701.000 – 1000.000	701.000 – 1000.000	Si	Si

Fuente: elaborada por autor.

9.2. GRAFICAS DE ENCUESTAS

Grafica 1 ¿Cuál es el nivel de escolaridad de jefe del hogar?



Fuente elaborada por autor.

De acuerdo con esta grafica se puede evidenciar que el nivel de escolaridad de los dueños de los viveros o jefes del hogar lo conforman de la siguiente manera, del 100% de los encuestados el 34% contestó que hizo hasta primaria, también el 34% contestó que hizo hasta secundaria. Otros estudios más avanzados como técnico el 14% y universitarios el 14%.

Analizando este resultado podemos decir que el nivel de primaria y secundaria termina siendo el mismo porcentaje, Lo que nos indica que la mayoría de los dueños de los viveros solo terminaron el colegio sin realizar ningún tipo de estudio avanzado. Con este resultado se puede decir que la mayoría de estos necesariamente deben recibir estudios más avanzados para mejorar la competitividad en cada uno de ellos.

Los otros resultados lo comparten estudios más avanzados, donde los estudios técnicos superan solo por dos puntos a los universitarios, lo que nos indica que están muy cerca uno del

otro. En conclusión, podemos decir que estos resultados, son muy claros al momento de analizar el nivel educativo que ha tenido cada uno de ellos, por lo tanto la asociación podrá determinar estrategia que les permita mejorar en este punto.

Grafica 2 ¿posee sucursales?



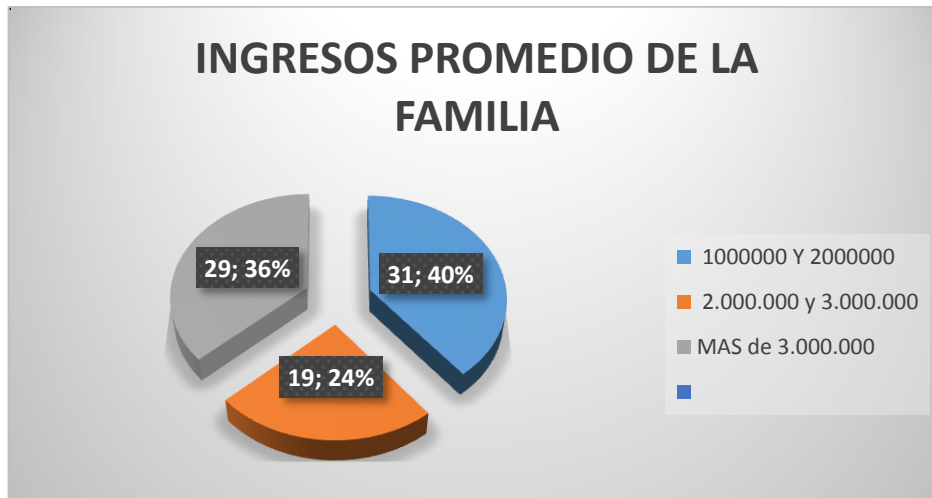
Fuente: elaborada por autor

Según esta gráfica del 100% de los encuestados el 77% contestaron que NO tienen sucursales y el 23% contestó que SI. Lo que podemos determinar es que en su mayoría no poseen sucursales, lo que es necesario que desde la parte de gerencia de la asociación tomen medidas que les permitan crecer estos porcentajes para así crecer su nivel de competitividad en cada uno de ellos.

No obstante, es necesario recalcar que un gran porcentaje contestó que si tiene sucursales, lo que es importante para el desarrollo de la región del Sumapaz. Pero es necesario que se adopten medidas por parte de la asociación para que este porcentaje crezca más a favor del sí, ya que es importante para el desarrollo de la asociación y para la región.

En conclusión, podemos decir que aunque en su mayoría no poseen sucursales, un gran porcentaje contestó que sí, lo que nos indica que esta asociación va en crecimiento, por lo tanto es una asociación importante para toda la región del Sumapaz ya que aporta un gran crecimiento.

Grafica 3. ¿Cuáles son los ingresos promedio de la familia



Fuente: elaborada por autor.

En lo que respecta a los ingresos se puede evidenciar lo siguiente, que del 100% de los encuestados, el 40% contestó que sus ingresos están en un promedio de entre \$1.000.000 y \$2.000.000, el 24% entre \$2.000.000 y \$3.000.000 y por último que el 36% están en un promedio de más de \$3.000.000 de pesos.

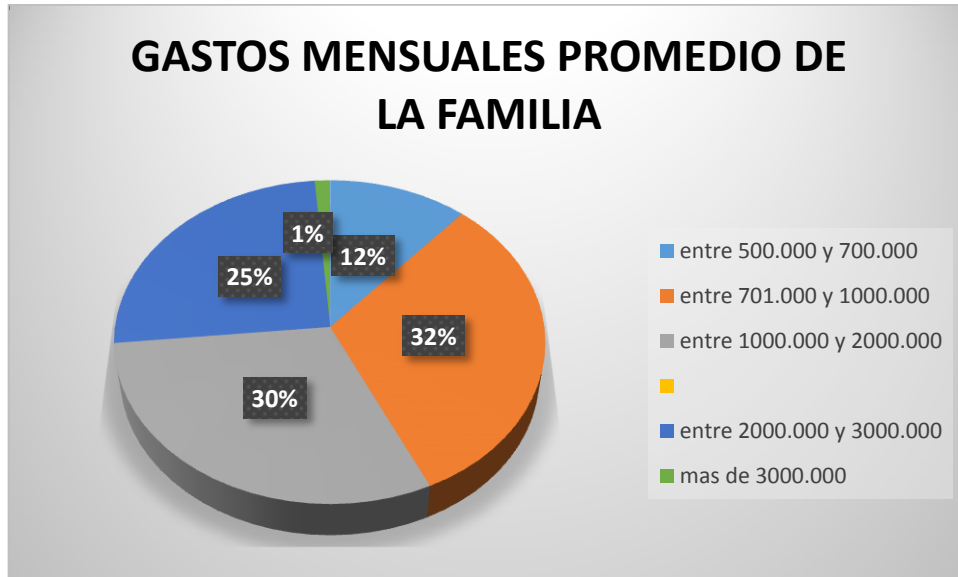
Estos ingresos, rompen cualquier expectativa ya que esto les permite a ellos crecer económicamente, es necesario crear urgentemente estrategias que les permita a ellos, aprovechar cada uno de estos ingresos, para así poder crecer como empresa.

Se puede evidenciar que un gran porcentaje supera sus ingresos por más de \$3.000.000, lo que es una cifra bastante importante ya que supera el salario mínimo legal vigente estipulado en el país. Los otros porcentajes son también muy importantes, ya que son cifras considerables para cualquier persona de esta región.

Es importante que los viveristas tomen medidas que les ayuden aprovechar estos recursos, para mejorar su actividad comercial y de esa manera poder avanzar en el futuro con sus negocios.

En conclusión, se puede decir que los viveristas de la región del Sumapaz son negocios muy rentables ya que sus ingresos superan cualquier expectativa

Grafica 4 ¿Cuáles son los gastos mensuales promedio de la familia?



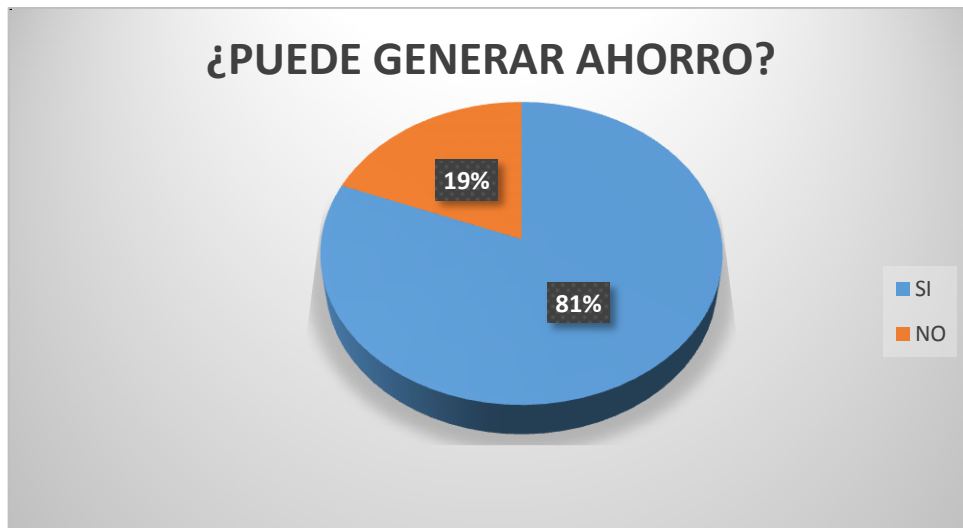
Fuente: elaborada por autor

En esta pregunta se quiso saber cuántos eran los gastos promedio de la familia de los viveros y se pudo establecer que entre el 100% de probabilidad el 12% estaban entre 500.000 y 700.000, que 32% estaba entre 701.000 y 1.000.000, también que entre 1.000.000 y 2.000.000 era del 30%, y por último el 25% estaba entre 2.000.000 y 3.000.000. el resultado de más de 3.000.000 solo el 1%.

En esta grafica se puede evidenciar que sus gastos concuerdan con sus ingresos, demostrando que los viveros les dan una estabilidad económica a sus familias. Por lo tanto podemos decir también que la asociación de viveristas debe, estipular estrategias para que esos gastos no vayan a ser superiores que sus ingresos en el futuro, sino por el contrario que esos gastos sean lo menos posible.

En conclusión, podemos decir que estos resultados les permite a la asociación, tomar medidas para que esos gastos no vayan a superiores a sus ingresos ya que esto perjudicaría no solo a la asociación sino también a toda la región del Sumapaz.

Grafica 5 ¿puede generar ahorro?



Fuente: elaborada por autor

A continuación, se elaboró una pregunta con dos únicas repuestas, y donde es muy clara, estos viveros pueden generar ahorro, se pudo evidenciar que un gran porcentaje contestó que si ya que en la probabilidad de un 100%, el 81% contestó que SI y solo el 19% dijo que NO.

Esto nos indica que la mayoría de los viveros de la asociación pueden generar ahorro, lo que es muy favorable para cada uno de ellos, ya que esto les permite cubrir cualquier dificultad que se les presente en camino.

Es necesario que el 18% que no pueden generar ahorro, encuentren la forma de hacerlo. Por lo tanto, la asociación deberá contribuir en la búsqueda de soluciones para los del NO.

En conclusión, se puede decir que los viveristas de la región del Sumapaz por su actividad económica, pueden generar ahorro, esto es de gran importancia para el crecimiento económico de esta región.

Grafica 6 ¿ha mejorado su calidad de vida en los últimos años?



Fuente: elaborada por autor

En este sexto y último ítem hace referencia si en los últimos años su calidad de vida ha mejorado, lo que nos arrojó como resultado fue que de una probabilidad de un 100%, el 95%, contestó que SI y solo el 5% dijo que NO, lo que nos indica que el negocio de los viveros es muy rentable ya que cambió su nivel de vida a cada uno de los familiares de los viveros.

Podemos decir que los viveristas de la región del Sumapaz, mejoró su calidad de vida gracias a su actividad comercial. En conclusión, se puede afirmar que el negocio de los viveros es de gran importancia para la región, ya que les permite mejorar su calidad de vida.

Tabla 7: Costos y gastos para la plantación de 2500 plantas de eugenias

COSTO Y GASTO PARA LA PLANTACION DE 2500 PLANTAS DE EUGENIAS

PRODUCTO A				
EUGENIAS				
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR UNITARIO	PRECIO TOTAL
SEMILLAS	6	15000	\$ 3,6	90000
BOLSA PARA SEMILLERO N°1	2500	10500		10500
BOLSA 9X9 PLANTA TERMINADA	2500	38000		38000
TIERRA Y CASCARILLA (10 CARRETILLADAS)	10		3000	30000
TIERRA Y CASCARILLA ADICIONAL PARA TRANSPLANTAR A BOLSA 9X9 (CARRETILLADAS)	5		3000	15000
M.O.D				
SIEMBRA EN SEMILLERO	2500	40000		40000
LLENADO DE BOLSA N°1	2500		20	50000
DESYERBADA AL MES Y MEDIO		20000		20000
TRANSPLANTADA A BOLSA 9X9	2500		40	100000
EMPLEADOS				
OPERARIO	2500	210000		
SERVICIOS				
AGUA				
LUZ				
ARRIENDO SEMESTRAL	2500000	416667		
TELEFONO				
GAS				
GASOLINA	2 GALONES Y CUARTO	20000		20000
OTROS				
COSTO				413500

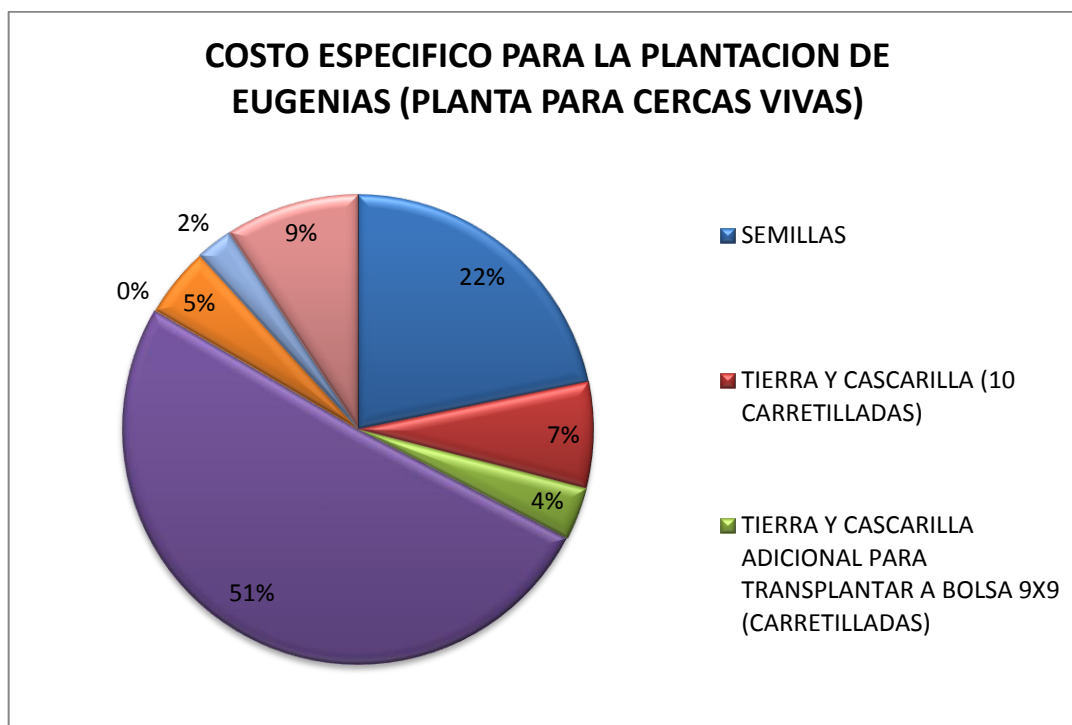
POSEE FUENTE HIDRICA

PARA EL RIEGO CON MOTOBOMBA

Fuente: elaborada por autor

Descripción: De acuerdo a esta tabla se parte de datos cualitativos y cuantitativos lo cual permite identificar el tipo de actividad o material que se va aplicar para la producción mediante un sistema de costeo para la elaboración de un lote de plantas para jardinería planta Eugenia más utilizada para cercas vivas. Aquí podemos observar el costo unitario por producto y su característica.

Grafica 7: Costo específico para la plantación de eugenias (Plantas para cercas vivas)

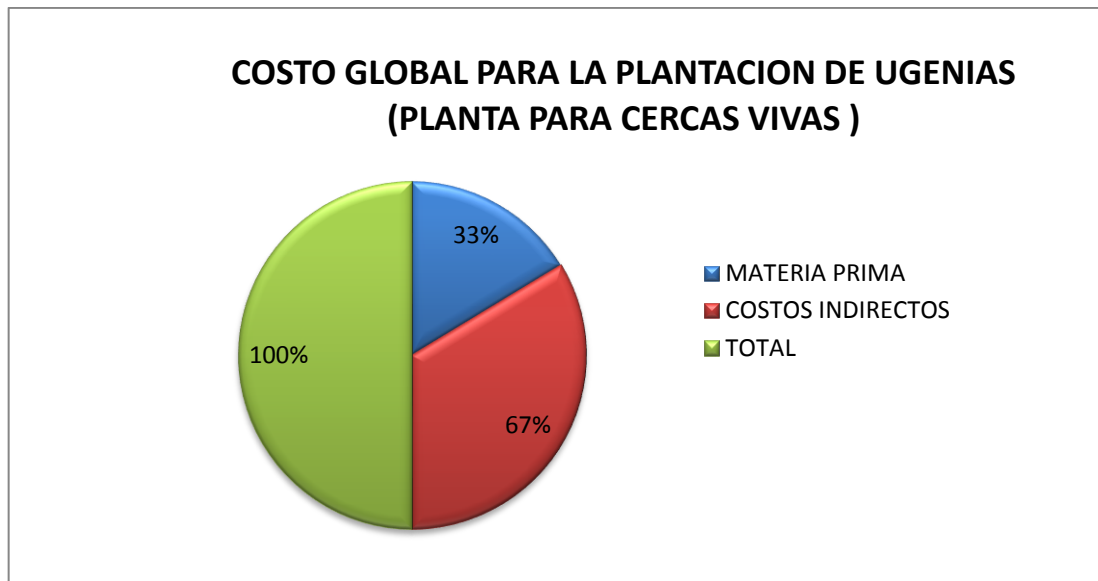


Fuente: elaborada por autor

La siguiente grafica nos identifica el costo especifico unitario por actividad en forma porcentual se parte de su costo total del lote y aplicando una ecuación matemática vamos identificando que porcentaje del costo le pertenece a cada característica que contempla el costo total.

se utiliza el 22% del costo para la compra de semillas, para la tierra y cascarilla un 7% para la plantación de la semilla, la mano de obra un 51%, gasolina para el riego de las plantas un 5%, la bolsa para el empaque de la tierra un 2% , bolsa para traslado de la planta terminada un 9% y para la terminación y completar el abono a la bolsa se debe utilizar un 4% mas de tierra y cascarilla para sacar la planta terminada.

Grafica 8: Costo Global para la plantación de eugenias (Plantas para cercas vivas)



Fuente: elaborada por autor

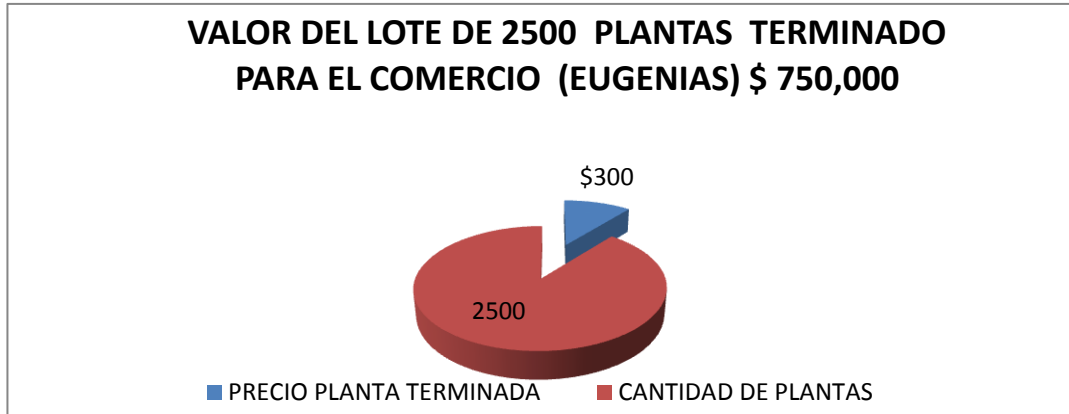
La siguiente grafica nos identifica en un porcentaje global y ya clasificado, que el porcentaje de la materia prima que se utilizara es un 33%, también unos costos indirectos de un 67% para la plantación de este lote lo cual nos equivale a un 100% para la producción del lote de Eugenia.

Tabla 8: Comparación porcentual y variabilidad del producto

PRECIO PLANTA TERMINADA	VALOR DEL LOTE	CANTIDAD DE PLANTAS	PRECIO DOCENA AL COMERCIO	INCREMENTO PESOS AL SALIR AL COMERCIO DOCENA	EQUIVALENTE PORCENTUAL AL SALIR AL COMERCIO
\$ 300	\$ 750.000	2500	3600	1615,2	78%

Fuente: elaborada por autor

Grafica 9: Valor del lote de 2500 plantas terminado para el comercio \$750.000



Fuente: elaborada por autor

La siguiente grafica nos relaciona el valor de \$300 por planta terminada en el proceso también podemos identificar en una tabla en su parte superior la variabilidad que tubo antes de salir al comercio en docena antes y después.

Tabla 9: Costos y gastos para la plantación de 2000 plantas de durantas.

COSTO Y GASTO PARA LA PLANTACION DE 2000 PLANTAS DE DURANTAS

PRODUCTO B				
DURANTAS				
2000 PLANTAS				
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR UNITARIO	PRECIO TOTAL
ESQUEJES	2000	40000	\$ 20	40000
BOLSA PARA SEMILLERO N°1	2000	7000		7000
BOLSA N°9 PLANTA TERMINADA	2000	30000		30000
TIERRA Y CASCARILLA (10 CARRETILLADAS)	10		3000	30000
CANECAS DE ABONO QUIMICO GRANULADO	2		20000	40000
M.O.D				
SIEMBRA EN SEMILLERO	2500	40000		40000
LLENADO DE BOLSA N°1	2500		20	50000
DESYERBADA AL MES Y MEDIO		20000		20000
TRANSPLANTADA A BOLSA 9X9	2500		40	100000
EMPLEADOS				
OPERARIO	2500	210000		
SERVICIOS				
AGUA				
LUZ				
ARRIENDO SEMESTRAL	2500000	416667		
TELEFONO				
GAS				
GASOLINA	2 GALONES Y CUARTO	20000		20000
OTROS				
COSTO				377000

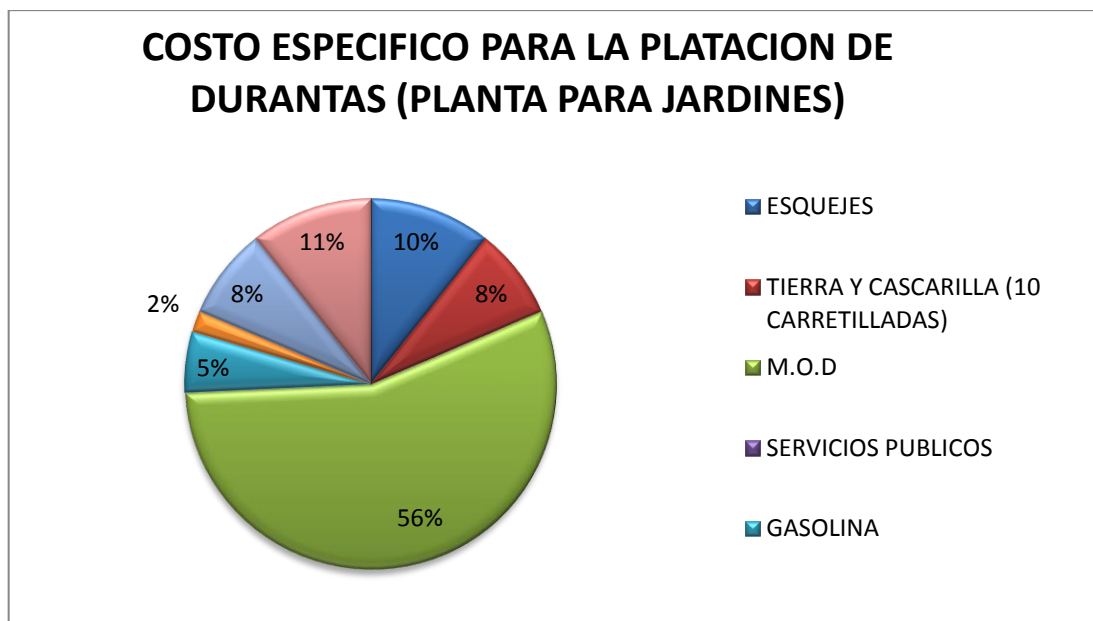
POSE FUENTE
HIDRICA

SEGÚN EL USO
PARA EL RIEGO
CON MOTOBOMBA

Fuente: elaborada por autor

Descripción: De acuerdo a esta tabla se parte de datos cualitativos y cuantitativos lo cual permite identificar el tipo de actividad o material que se va aplicar para la producción mediante un sistema de costeo para la elaboración de un lote de plantas para jardinería planta duranta más utilizada para decoración de jardines. Aquí podemos observar el costo unitario por producto y su característica.

Grafica 10: Costo específico para la plantación de durantas (planta para jardines)



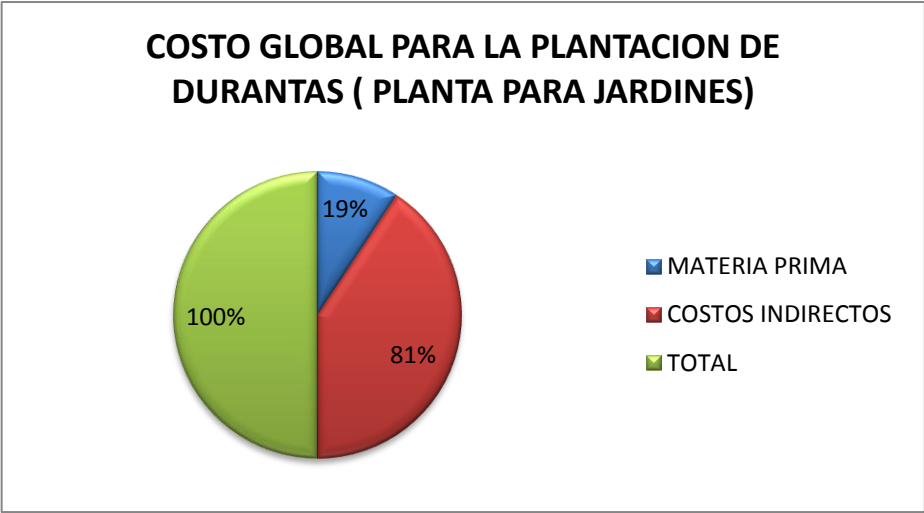
Fuente: elaborada por autor

La siguiente grafica nos identifica el costo especifico unitario por actividad en forma porcentual se parte de su costo total del lote y aplicando una ecuación matemática vamos identificando que porcentaje del costo le pertenece a cada característica que contempla el costo total.

Se utiliza el 10% del costo para la compra de esquejes, para la tierra y cascarilla un 8% para la plantación de la semilla, la mano de obra un 56%, gasolina para el riego de las plantas un

5%, la bolsa para el empaque de la tierra un 2% , bolsa para traslado de la planta terminada un 8% y para la terminación y completar el abono a la bolsa se debe utilizar un 4% más de tierra con cascarilla para sacar la planta terminada y la aplicación del abono químico un 11% para riego.

Grafica 11: Costo Global para la plantación de durantas (planta para jardines)



Fuente: elaborada por autor

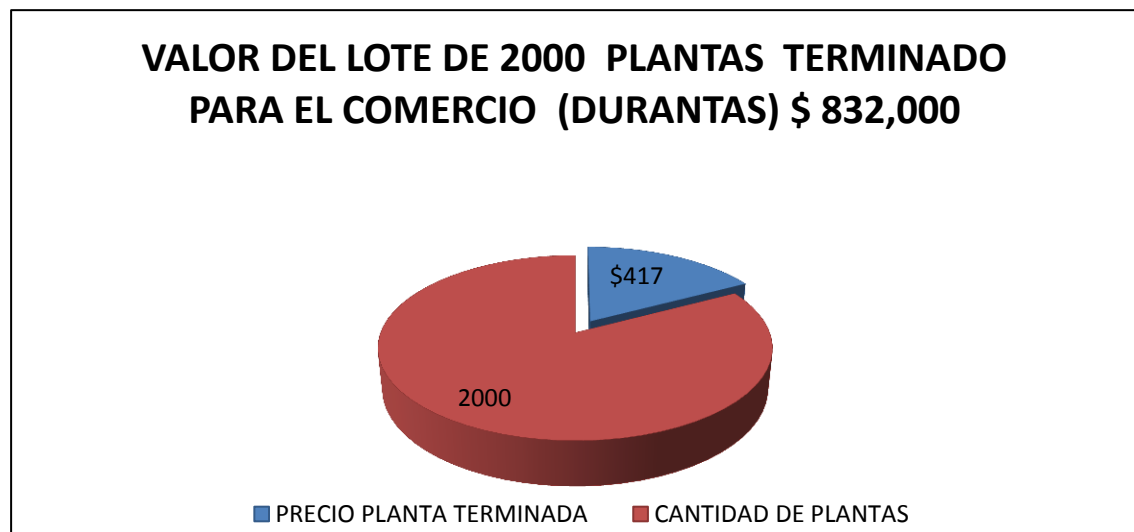
La siguiente grafica nos identifica en un porcentaje global y ya clasificado, que el porcentaje de la materia prima que se utilizara es un 19%, también unos costos indirectos de un 81% para la plantación de este lote lo cual nos equivale a un 100% para la producción del lote de duranta.

Tabla 10: Comparación porcentual y variabilidad del producto

PRECIO PLANTA TERMINADA	VALOR DEL LOTE	CANTIDAD DE PLANTAS	PRECIO DOCENA AL COMERCIO	INCREMENTO PESOS AL SALIR AL COMERCIO DOCENA	EQUIVALENTE PORCENTUAL AL SALIR AL COMERCIO
\$ 417	\$ 832.000	\$ 2.000	5000	2600	52%

Fuente: elaborada por autor

Grafica 12: Valor del lote de 2000 plantas terminado para el comercio (durantas)



Fuente: elaborada por autor

La siguiente grafica nos relaciona el valor de \$417 por planta terminada en el proceso también podemos identificar en una tabla en su parte superior la variabilidad que tubo antes de salir al comercio, docena antes y después.

10. RECURSOS

En siguiente tabla se demuestra todos los recursos que fueron necesarios para la caracterización socioeconómica de los viveros de la región del Sumapaz.

Tabla 11. Tabla presupuestal

RECURSOS HUMANOS			
CANTIDAD DE PERSONAS	NUMERO DE HORAS	VALOR DE HORAS	TOTAL
1	805	\$2.900	\$2.334.500
SUBTOTAL			\$2.334.500
RECURSOS TECNOLOGICOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
COMPUTADOR PORTATIL	1	\$950.000	\$950.000
FOTOCOPIAS	250	\$100	\$25.000
IMPRESORA	1	\$450.000	\$450.000
SUBTOTAL			\$1.425.000
VIATICOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
TRANSPORTE	5	\$5.000	\$25.000
ALIMENTOS	5	\$10.000	\$50.000
SUBTOTAL			\$75.000

Elaborada: por autor

11. IMPACTOS

11.1. IMPACTO SOCIAL

En este trabajo se generó un impacto social positivo ya que se pudo evidenciar que los viveros de la asociación son negocios muy prospero. Todo esto gracias a que sus ingresos son bastante altos, donde ellos pueden satisfacer todas sus necesidades. Esto no solo benefician a los viveros si no toda la región ya que fomentan en el empleo y el desarrollo del mismo. Otro punto positivo es que los viveros de la asociación de viveristas de la región del Sumpaz contribuyen en el mejoramiento del medio ambiente, ya que sus cultivos permiten elaborar y construir nuevamente la tierra. En conclusión, podemos decir que estos viveros, infieren en el desarrollo de la toda la comunidad, desde el punto social.

11.2. IMPACTO ECONOMICO

Este impacto que genero esta investigación conformada por el semillero de la universidad de Cundinamarca se enfoca principal mente, y el resultado fue el esperado, ya que se pudo comprobar que todos estos viveros están en una situación económica muy favorable con una buena rentabilidad a su buen manejo del costeo para la producción de sus plantas.

Esto genera que la región crezca satisfactoriamente, ya que ellos aportan empleo a los habitantes de la región del Sumapaz. Por ultimo podemos decir que lo viveros aportan al producto interno bruto (PIB) del mercado en cuestión. La asociación de viveristas de la región del Sumapaz especialmente la región de Chinauta se favorecerá de toda esta situación económica y así poder avanzar en el futuro con una gran competitividad en otros mercados.

12. CONCLUSIONES

Se logró identificar a cada uno de los viveros de la asociación, donde cada una de ellas tenía unas características especiales como por ejemplo todas las clases de plantas que crecen bajo este gran clima de la región del Sumapaz. Se encontró variedad de gente buena y comprometida con la región, que solo busca que crezca socialmente y económicamente, con factores especiales en los cuales le aportan a la cultura y al medio ambiente. Es importante recalcar las grandes tierras fértiles de esta región ya que cualquier planta en este sitio crece prósperamente, y esto hace que la producción de estos viveros sea más fácil para los dueños de ellos. Esto le permitió a cada uno de ellos crecer prósperamente, creando paisajes hermosos que le dan gran imagen a toda la región del Sumapaz.

Fue posible identificar las regiones donde más se encuentran los viveros, y esto se logró gracias a la ubicación geográfica donde se encuentran. Por ejemplo, se pudo observar que la mayoría de ellos se encuentran ubicados en la región de Chinauta vía principal melgar Girardot, esto hace que su ubicación sea privilegiada ya que por esta vía transita gran cantidad de personas y turistas, donde se pueden interesar por este tipo de negocios, en este caso viveros.

Por otra parte se pudo caracterizar a cada uno de los dueños de viveros donde se pudo obtener información que le aportara a la asociación de viveristas para mejorar la competitividad de cada uno de ellos. Como por ejemplo el nivel de escolaridad que habían hecho en el transcurso de sus vidas, permitiendo fortalecer debilidades y fortalezas, para su crecimiento como personas y como negociantes. También factores como por ejemplo si sus vidas habían mejorado en los últimos años y donde la respuesta fue la esperada por cada uno de los integrantes de esta investigación.

Se determinó por medio de la recolección de datos si sus ingresos era lo que ellos esperaban y si esos cubrían sus gastos. También si les permitían ahorrar para poder crecer sus negocios y la respuesta fue muy buena, ya que la mayoría de ellos contestaron que sí. Muy pocos de estos viveros contestaron que no, pero con esta información servirá para establecer quienes no

han crecido como lo esperaban y de ahí la asociación deberá tomar las soluciones respectivas que ayuden a mejorar a cada uno de ellos sin descuidar a los demás.

En lo que consigne como semillero de la universidad de Cundinamarca, se pudo lograr todos los respectivos objetivos propuestos al inicio de este gran proyecto, ya que la información recolectada, sirvió para ver desde otro punto económico la región. Esto nos permitió crecer como profesionales ya que se pudo encontrar nuevas fuentes de trabajo, que nos permita crecer como profesionales.

Por otra parte, la asociación de viveristas de la región del Sumapaz, con esta información recolectada podrá tomar estrategias que les permita seguir creciendo económicamente y socialmente. Lo cual hace sentir orgullosos a cada uno de los integrantes que conformaron esta investigación.

13. RECOMENDACIONES

La caracterización socioeconómica de la asociación de viveristas de la región del Sumapaz, es de gran importancia ya que nos permite conocer una parte social de esta región, donde no solo aporta a la economía, sino también a la cultura y al medio ambiente. Por otra parte, la universidad de Cundinamarca es de gran ayuda para el crecimiento de la región, y esto se da gracias al proceso investigativo que lleva. Por tal motivo es necesario que esta investigación no quede aquí, si no que haya más personas interesadas en investigar a estos viveros, ya que se pudo demostrar que aquí hay mucha madera por cortar.

En lo que respecta a la asociación, es pertinente decir que los datos aquí recolectados, conformen una base de datos que les permita tener información actualizada para mejorar en el futuro, ya que en él camino se van encontrar muchos obstáculos. En conclusión, se espera que esta información recolectada sea de gran ayuda para la asociación. Por lo tanto, se puede decir que los viveros de la región del Sumapaz contribuyen al crecimiento económico y social de la región.

14. BIBLIOGRAFÍA

Adam Smith. (s.f.). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>

Alcaldia de Fusagasuà. (2010). Obtenido de file:///C:/Users/diego/Downloads/GENERALIDADES_MUNICIPIO_FUSAGASUGA.pdf

Asociacion 02 Ambiental. (s.f.). Obtenido de http://asociaciono2ambiental.bligoo.com.co/que-es-un-vivero-agricola#.WNSnCfk1_IU

Bogotá), S. d. (2009).

<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionEnLinea/InformacionDescargableUPZs/Localidad%2021%20Sumapaz/Monograf%EDa/20%20Localidad%20de%20Sumapaz.pdf>. Obtenido de <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionEnLinea/InformacionDescargableUPZs/Localidad%2021%20Sumapaz/Monograf%EDa/20%20Localidad%20de%20Sumapaz.pdf>.

Botanical-online.com. (2017). www.botanical-online.com/arbolesfrutales.htm. Obtenido de www.botanical-online.com/arbolesfrutales.htm.

Camacho, I. U. (2016). *semilleros de investigacion*. Obtenido de <http://uniajc.edu.co/index.php/semilleros>

Camara de Comercio de Bogotá. (2016). Obtenido de <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/Que-es-un-comerciante>

César Augusto Gutiérrez Barbosa, M. C. (2016).

<http://66.165.175.249/bitstream/10596/8584/3/80499430.pdf>. Obtenido de <http://66.165.175.249/bitstream/10596/8584/3/80499430.pdf>.

César Augusto Gutiérrez Barbosa, M. C. (2016).

<http://66.165.175.249/bitstream/10596/8584/3/80499430.pdf>. Obtenido de <http://66.165.175.249/bitstream/10596/8584/3/80499430.pdf>.

Codigo Comercial de Colombia. (1971). Obtenido de

<file:///C:/Users/diego/Downloads/Codigo%20Comercio.pdf>

Comercio, C. d. (2010). <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/2807>. Obtenido de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/2807>.

cundinamarca, f. c. (2006). www.fusagasuga-cundinamarca.go.co.

DANE. (2016). Obtenido de [file:///C:/Users/diego/Downloads/PROYECTO-FINAL-FERNANDA-1%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/diego/Downloads/PROYECTO-FINAL-FERNANDA-1%20(4).pdf)

Fundación Universitaria Católica del Norte. (2010). Obtenido de

www.ucn.edu.co/sistema.../instrumento%20para%20caracterizar%20experiencias.doc...

Gardey, J. P. (2014). definicion.de/plantas-ornamentales/. Obtenido de definicion.de/plantas-ornamentales/.

Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). (2009). Obtenido de

http://www.ica.gov.co/getdoc/fb0aacf5-ec51-4a47-abf5-fc9fa5a7f2c6/Res_3180_2009.aspx

Jurado, M. À. (2006). https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iX-5x8dAPaQC&oi=fnd&pg=PA17&dq=que+es+el+crecimiento+economico&ots=9rtHT_EdlV&sig=8yaY3Yo9XJi1ZQTjYzt4KTxeo4g#v=onepage&q&f=false

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iX-5x8dAPaQC&oi=fnd&pg=PA17&dq=que+es+el+crecimiento+economico&ots=9rtHT_EdlV&sig=8yaY3Yo9XJi1ZQTjYzt4KTxeo4g#v=onepage&q&f=false. Obtenido de

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iX-](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iX-5x8dAPaQC&oi=fnd&pg=PA17&dq=que+es+el+crecimiento+economico&ots=9rtHT_EdlV&sig=8yaY3Yo9XJi1ZQTjYzt4KTxeo4g#v=onepage&q&f=false)

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iX-5x8dAPaQC&oi=fnd&pg=PA17&dq=que+es+el+crecimiento+economico&ots=9rtHT_EdlV&sig=8yaY3Yo9XJi1ZQTjYzt4KTxeo4g#v=onepage&q&f=false

Marquès, G. G. (2003). *monografias.com*. Obtenido de

<http://www.monografias.com/trabajos13/quentend/quentend.shtml>

Max Weber. (s.f.).

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XTF_BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=m

ax+weber&ots=2HVdJXreiK&sig=mhX9VIOI0Io8ld6aESfvP5btckk#v=onepage&q=max%20weber&f=false. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XTF_BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=max+weber&ots=2HVdJXreiK&sig=mhX9VIOI0Io8ld6aESfvP5btckk#v=onepage&q=max%20weber&f=false

Porter, M. E. (1990).

http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32370097/La_Ventaja_Competitiva_de_las_Naciones.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1490253107&Signature=3s3BkeKFVzsUlpdeIqlBHYUDMCI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa_Venta. Obtenido de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32370097/La_Ventaja_Competitiva_de_las_Naciones.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1490253107&Signature=3s3BkeKFVzsUlpdeIqlBHYUDMCI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa_Venta.

Porter, M. E. (2009). *file:///C:/Users/diego/Downloads/1233305128.Competitividad%20Porter.pdf*. Obtenido de <file:///C:/Users/diego/Downloads/1233305128.Competitividad%20Porter.pdf>.

Rosario, U. d. (febrero de 2010). <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/2807>. Obtenido de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/2807>.

Socioeconomia.com. (s.f.). Obtenido de <http://desarrollosocialecon.galeon.com/concepto.htm>