

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ECONOMÍA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA
EXPLOTACIÓN DE UN VIVERO EN EL DISTRITO DE
SAN FRANCISCO DE HEREDIA**

**MARCELO GUEVARA BRAVO
SUSTENTANTE**

HEREDIA, ABRIL 2017

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
Planteamiento del problema	1
Objetivos de la Investigación	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos	4
Justificación de la Investigación.....	4
Antecedentes de la Investigación	5
Proyecciones de la Investigación.....	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	11
Conceptualización de un vivero	11
Análisis de Viabilidad	12
Factores legales.....	13
Selección de la figura legal	13
Certificado de uso de suelo	16
Inscripción en Tributación.....	16
Registro en la Caja Costarricense del Seguro Social	17
Registro en el Instituto Nacional de Seguros (INS).....	18
Permiso sanitario del Ministerio de Salud	19
Registro de Marca y Nombre Comercial	20
Patente Municipal	21
Factores administrativos	22
Planeación	24
Organización	37

Factores de producción	40
Producto	40
Proceso de producción	42
Estudio de mercado	49
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	52
Enfoque de la Investigación	52
Diseño de la Investigación.....	53
Muestra de la Investigación.....	54
Población.....	54
Muestra	54
Variables de la Investigación.....	56
Factores	56
Elementos.....	57
Instrumentos utilizados en la investigación.....	57
Proceso para recolección de datos.....	59
Método de Análisis de la Investigación.....	60
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	61
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	90
Nombre del vivero	90
Isólogo	90
Inscripción del negocio.....	91
Planeación del vivero.....	94
Visión.....	94
Misión	94

Valores organizacionales	94
Entorno Externo.	95
Objetivos del vivero	106
Estrategia.....	107
Organización del vivero.....	108
Estructura organizacional.....	108
Perfiles de puesto	109
Producción del vivero	112
Productos del vivero	112
Proceso de producción	113
BIBLIOGRAFÍA.....	121
APÉNDICES	125
ANEXOS.....	136
Cuestionario a dueños y trabajadores de viveros del cantón de Heredia y aledaños.....	136

TABLA DE ILUSTRACIONES

Figura N°1: Proceso de formulación de una estrategiap.24
Figura N°2: Fases del estudio de mercadop.51
Figura N°3: Isólogo del Vivero San Franciscop.91
Figura N°4: Organigrama para el Vivero San Franciscop.109
Figura N°5: Fotografía de un semillerop.115
Figura N°6: Distribución del local del viverop.118

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Porcentajes de personas que les gusta tener plantas en sus hogares	p.62
Gráfico N°2: Porcentaje de personas que conocen que es un vivero	p.63
Gráfico N°3: Frecuencias con que visitan vivero los vecinos de San Francisco de Heredia	p.65
Gráfico N°4: Porcentaje de personas según la provincia a la que se dirigen para ir a un vivero	p.66
Gráfico N°5: Porcentaje de personas que conocen de la existencia de viveros en Heredia	p.68
Gráfico N°6: Porcentajes de personas según el cantón de Heredia donde conocen un vivero	p.70
Gráfico N°7: Porcentaje de personas que visitarían el Vivero San Francisco	p.71
Gráfico N°8: Porcentajes según los tipos de plantas más buscados en un vivero por los vecinos de San Francisco	p.72
Gráfico N°9: Porcentajes según el tipo de árbol más buscado en un vivero	p.74
Gráfico N°10: Porcentajes según el rango de precio seleccionado de plantas florales	p.75
Gráfico N°11: Porcentajes según los productos complementarios que deben ser vendidos en un vivero según los residentes de San Francisco	p.77
Gráfico N°12: Porcentajes según los factores que más molestan en un vivero de acuerdo con los residentes de San Francisco	p.78
Gráfico N°13: Porcentajes de personas según su disposición a pagar un servicio de diseño y elaboración de jardines	p.80
Gráfico N°14: Porcentajes de personas según el día en el que se visitarían un vivero	p.81

Gráfico N°15: Porcentaje de encuestados que laboranp.82
Gráfico N°16: Porcentaje según el sexo de los encuestadosp.83
Gráfico N°17: Nivel educativo de los encuestadosp.84
Gráfico N°18: Porcentaje de encuestados según su estado civilp.85
Gráfico N°19: Ranking de cantones con mejor condición de vida de Costa Ricap.101

TABLA DE CUADROS

Tabla N°1: Cantidad de personas que les gusta tener plantas en sus hogares	p.62
Tabla N°2: Cantidad de encuestados que saben que es un vivero	p.63
Tabla N°3: Cantidad de personas que visitan un vivero por frecuencias de tiempo	p.64
Tabla N°4: Cantidad de personas que suelen visitar un vivero según la provincia donde se ubica	p.66
Tabla N°5: Cantidad de personas que conocen un vivero en Heredia	p.67
Tabla N°6: Número de personas que conocen un vivero según el cantón donde este se ubica	p.69
Tabla N°7: Cantidad de personas que visitarían un vivero en San Francisco	p.70
Tabla N°8: Tipo de plantas más buscada en un vivero por los vecinos de San Francisco	p.72
Tabla N°9: Tipo de árbol más buscado en un vivero	p.73
Tabla N°10: Precios que están dispuestos a pagar los vecinos de San Francisco por una planta floral	p.75
Tabla N°11: Productos complementarios que deben ser vendidos en un vivero según los residentes de San Francisco	p.76
Tabla N°12: Factores que más molestan en un vivero de acuerdo con los residentes de San Francisco	p.78
Tabla N°13: Cantidad de personas que pagarían un servicio de diseño y elaboración de jardines	p.79
Tabla N°14: Cantidad de personas según el día en el que visitarían un vivero	p.81
Tabla N°15: Cantidad de los encuestados que laboran	p.82
Tabla N°16: Cantidad de encuestados según su género	p.83
Tabla N°17: Cantidad de encuestados según su nivel	p.84

educativo

Tabla N°18: Cantidad de encuestados según su estado civil	p.85
Tabla N°19: Clasificación de un vivero, en la tabla de clasificaciones de establecimientos y actividades comerciales, industriales y de servicios reguladas por el Ministerio de Salud	p.93
Tabla N°20: Cantidad total de personas según su sexo y características urbanas o rurales en el cantón de Heredia y sus distritos	p.96
Tabla N°21: Cantidad de personas por rangos de edad en el cantón de Heredia	p.96
Tabla N°22: Cantidad de jefes y jefas de hogar en el cantón de Heredia	p.97
Tabla N°23: Cantidad de extranjeros en el canton de Heredia	p.98
Tabla N°24: Cantidad de poblacion proyectada por rangos de edades para el 2016 en el canton de Heredia y sus distritos	p.99
Tabla N°25: Cantidad de poblacion proyectada por rangos de edades para el 2017 en el canton de Heredia y sus distritos	p.99
Tabla N°26: Características del costarricense	p.105
Tabla N°27: Objetivos del Vivero San Francisco	p.106
Tabla N°28: Perfil del puesto del administrador del Vivero	p.110
Tabla N°29: Perfil del puesto del jornalero del vivero	p.111
Tabla N°30: Equipos necesarios para el vivero	p.117
Tabla N°31: Materia Prima del vivero y su costo	p.119
Tabla N°32: Proveedores de materia prima	p.120

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planteamiento del problema

Durante los últimos años el tema del calentamiento global ha comenzado a tomar fuerza alrededor del mundo. Las personas se han preocupado por la situación y han decidido actuar. Por esta razón, es que grupos de personas en diferentes países se han unido en campañas de reciclaje, recolección de basura no tradicional, reforestación y uso de productos y tecnologías ambientalmente sostenibles, entre otras acciones a fin de evitar el calentamiento del orbe.

Algunos países han modificado su legislación para combatir este problema, entre estos Costa Rica no ha sido la excepción. En el país existen diversas leyes enfocadas a la situación ambiental, como por ejemplo, la Ley No.7554 conocida como Ley Orgánica del Ambiente y la No.7575 conocida como Ley Forestal; en torno a estas se han planteado reglamentos y otros procedimientos que buscan normar la problemática ambiental. Estas normas no solo han ayudado a Costa Rica a mejorar su situación ambiental, sino también han colaborado con el crecimiento económico, debido a que el país fue pionero del ecoturismo en la región y logró consolidarlo como una actividad comercial muy lucrativa. El ecoturismo “es un sector turístico que entra dentro de lo que se denomina “turismo de naturaleza”. La definición que a nivel internacional se reconoce para el turismo de naturaleza es aquel que se realiza en el medio natural, incluyendo turismo deportivo, de aventura, cinegético, etc.” (Pérez, 2012, p.23).

Esta forma de turismo y la preocupación de la población por el medio ambiente han hecho que otros negocios crezcan asociados a él. Un claro ejemplo de estos son los viveros, debido a la demanda planteada por gran cantidad de negocios y hogares que ocupan plantas o árboles para ornamentar sus instalaciones y brindar un entorno más fresco y natural a estos espacios, en forma acorde con la imagen que vende el país.

En Costa Rica el negocio de la venta de plantas y árboles ha venido creciendo conforme el país ha encontrado en este mercado posibilidades de comercialización tanto nacionales como internacionales. En el extranjero, el país ya es conocido por la exportación de estos productos. A nivel nacional, el crecimiento de las ventas de plantas y árboles que se dan en viveros está poco documentado. Se conoce que la mayoría de los viveros se encuentran ubicados en zonas rurales, aunque en la Gran Área Metropolitana (GAM) existen algunos negocios de esta clase. Sin embargo, no hay un dato de la cantidad exacta de ellos; se sabe que en su mayoría estos son establecimientos pequeños, donde trabajan pocas personas y se ofrecen plantas ornamentales principalmente, o sea, que no es mucha la variedad de productos.

Los viveros de la GAM están ubicados alrededor de San José, Alajuela, Heredia y Cartago. En estas zonas existen viveros de variable antigüedad, los hay con gran cantidad de años en el mercado y también relativamente nuevos. Heredia, aunque es conocida popularmente como la “Ciudad de las Flores”, no posee una gran cantidad de negocios donde obtener plantas. Los viveros en esta provincia se ubican en un número pequeño en los diferentes cantones, por ejemplo, en el cantón de Heredia donde se ubica la mayoría de comercio de la provincia, solo se halla un vivero que comercializa con exclusividad árboles forestales.

La presente investigación tiene lugar en el distrito de San Francisco de Heredia. Este distrito forma parte del cantón de Heredia. En los últimos años esta zona ha tenido un alto crecimiento urbano y comercial, se han construido grandes obras como el nuevo hospital San Vicente de Paúl, gran cantidad de centros comerciales y residenciales. Se tienen previstos más proyectos de gran tamaño en esta zona, como el proyecto Oxígeno de la empresa Cuestamoras y el nuevo polideportivo de Heredia. Estos desarrollos de infraestructura contemplan nuevos modelos de arquitectura, en los cuales el elemento de la naturaleza está presente y la preocupación ambiental de la ciudadanía, que ha promovido un aumento de plantas en las áreas verdes de la comunidad y en los jardines de hogares y empresas.

Las especies vegetales no solo embellecen y refrescan estos espacios, las plantas también en el proceso de la fotosíntesis capturan el Dióxido de Carbono (CO₂), que es un gas de efecto invernadero causante del calentamiento global y liberan oxígeno. Por tanto, la idea de impulsar negocios en relación a la producción y comercio de plantas tiene un sustento bien fundamentado en la actualidad y es sumamente pertinente.

En consideración de lo anterior, la idea de explotar comercialmente un vivero en el área de San Francisco de Heredia, requiere de analizar en forma previa su viabilidad. Ahora en este sitio no se cuenta con un negocio de esta clase y en general en la provincia de Heredia no hay una gran cantidad de estas empresas. Adicionalmente, los habitantes de esta zona han venido creciendo en conciencia ambiental, producto de la educación ambiental impulsada por la Universidad Nacional, las Municipalidades, los Ministerios de Salud y Ambiente, Ministerio de Educación Pública, entre otros.

Realizar un análisis para determinar la viabilidad de un vivero en este distrito, es factible debido a que se cuenta con datos secundarios que apoyan el proyecto a través de material documental de libros, periódicos y páginas webs. Además, los instrumentos por utilizar en este proyecto para la recopilación de datos primarios no tienen altos costos económicos y se cuenta con tiempo suficiente para aplicarlos y analizarlos, garantizando concluir lo planteado.

Por lo tanto, surge el problema principal; el cual se define de la siguiente forma:
¿Cuál es la viabilidad para la explotación de un vivero en el distrito de San Francisco de Heredia?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

- Analizar la viabilidad para la explotación de un vivero en el distrito San Francisco de Heredia.

Objetivos específicos

- Identificar los factores legales, administrativos y productivos para la viabilidad del establecimiento de un vivero.
- Examinar los elementos en el estudio de mercado necesarios para la explotación de un vivero en el distrito de San Francisco de Heredia.

Justificación de la Investigación

La presente investigación se realiza a partir de un proceso estructurado basado en el libro “Metodología de la investigación” sexta edición de Hernández, Fernández y Baptista, y está normado por la “Guía para elaborar tesis-tesinas del tercer cuatrimestre del 2016 de la Universidad Internacional de las Américas”. Este estudio se efectúa usando información pública de fuentes como: libros, periódicos, tesis, páginas web, entre otros.

La investigación se enfoca en la realización de un análisis de viabilidad para la explotación de un vivero en el distrito de San Francisco de Heredia, debido al creciente interés de las personas por preservar el ambiente y mejorar el entorno, con el gusto y el valor que les otorgan las plantas como un elemento de decoración en sus hogares y empresas, que ha causado un aumento en la demanda de estas, pero no así en su oferta.

La población herediana no cuenta con gran cantidad de negocios de esta clase y la mayoría de los que se encuentran, están en zonas un tanto alejadas del cantón de Heredia, que es el lugar donde la mayoría de ciudadanos realizan sus compras. Lo mencionado y la poca publicidad de los negocios en la provincia ocasionan que parte de los ciudadanos tengan que desplazarse a otras zonas como Alajuela para comprar plantas, lo que les implica gastar más tiempo y dinero en combustible. Las anteriores consideraciones, vuelven pertinente la investigación debido al problema que tienen los heredianos para satisfacer su necesidad de consumo de plantas requeridas en sus hogares o negocios.

Este estudio es conveniente debido a la oportunidad que se presenta en este mercado por la poca existencia de viveros en la provincia de Heredia. Además, el estudio permite conocer y mostrar los principales pasos a seguir para identificar si un negocio es viable. Esto representa una ayuda para futuros emprendedores, que obtendrán en este estudio una guía para construir su propia empresa tanto en este mercado, como en otros.

La viabilidad de la investigación se debe a la gran cantidad de material didáctico que sirve de apoyo, a la disponibilidad de recurso económico y el tiempo necesario para realizar el estudio.

Antecedentes de la Investigación

La gran cantidad de flora y fauna en Costa Rica hace que muchas empresas giren su negocio en torno a ello, aprovechándose de las riquezas naturales del país y generando sus ingresos y fuente de trabajo para miles de costarricenses. Algunas de estas actividades son las desarrolladas por las empresas de: madera, artesanía, ecoturismo, pesca, plantas ornamentales y medicinales. El mercado de plantas ha generado durante los últimos años importantes ingresos para el país. La mayoría de estos ingresos son debido a las exportaciones a países como Estados Unidos y algunos europeos. “Las exportaciones totales de plantas ornamentales de Costa Rica sumaron \$78 millones en el 2013 y \$74 millones en el 2014” (Barquero, 2015, párr.6).

La venta de plantas a nivel interno en el país se da principalmente en viveros. Los viveros son según Peña (2004) “espacio físico ubicado en un determinado lugar en donde se produzcan y comercializan plantas” (p.2). En Costa Rica esta clase de negocio existe desde hace muchos años, en sus inicios se ubicaban en zonas rurales debido a la gran cantidad de terreno disponible y el fácil acceso a la materia prima en estos sectores, no obstante en el presente estos negocios se hallan también en áreas urbanas.

En las últimas décadas según Chinchilla (2009):

Esta industria ha experimentado un crecimiento acelerado, conforme las personas han ido incrementando paulatinamente su conciencia acerca de los problemas ambientales que nos aquejan, y como sembrar árboles y plantas de distinto tipo pueden ayudar a mejorar el ambiente, y a embellecer construcciones y demás zonas donde se coloquen (pp.2-3).

Según lo mencionado por Chinchilla, se entiende que las personas durante los últimos tiempos han aumentado la conciencia de los beneficios que pueden traer las plantas y han encontrado diferentes formas para utilizarlas, un ejemplo es la arquitectura de hoy que promueve en casi todos los edificios el establecimiento de un área verde, por más pequeña que sea. En el caso de la arquitectura en el distrito San Francisco, se observa la existencia de urbanizaciones con más de veinte años con sus casas provistas de jardines, también hay edificaciones muy modernas como las torres de apartamentos que cuentan con áreas verdes comunes, pero sin un espacio dentro de los apartamentos para sembrar plantas. Esto ocasiona que las personas que viven en edificios de esta clase busquen plantas pequeñas o medianas en macetas para complementar sus espacios.

Según Chinchilla (2009) “En esta industria no se puede detectar un líder de mercado fuerte, que dirija cómo funciona el mercado y las pautas que deben seguir la competencia” (p.4). La mayoría de establecimientos dedicados a este negocio, generalmente son pequeños, un gran porcentaje cuentan con un solo local, no buscan extenderse a otras áreas geográficas y no suelen diversificar su negocio, se dedican exclusivamente a la venta de plantas, árboles y artículos de jardinería.

En la provincia de Heredia se conoce la existencia de los siguientes viveros: Las Orquídeas, FloraVitae y el vivero de la Ferretería EPA en Belén, el vivero de la ferretería El Lagar y Decojardines en San Joaquín, el Jardín Botánico en Santa Bárbara, el Santa Lucía en Barva, el Vivero Guzmán y el Vivero Rivendel en San Rafael, El Zamorano en San Isidro, el vivero Lo Nuestro en el cantón de Santo Domingo, el Vivero Holanda en San Pablo y el Vivero Forestal de la Escuela de Ciencias Ambientales de la Universidad Nacional. En esta provincia también se encuentra otra clase de viveros, pero son para mercados de exportación y que se excluyen de este estudio.

En el anterior párrafo se menciona la existencia de al menos un vivero en casi todos los cantones de la provincia herediana. Sin embargo, en el cantón central de Heredia nada más se ubica el Vivero Forestal de la Escuela de Ciencias Ambientales de la Universidad Nacional. Este únicamente se dedica a la venta de árboles de diferentes tipos y plantas medicinales. Se conoce que existieron en el pasado otros viveros en el cantón central, como por ejemplo, uno ubicado en Mercedes Norte y dos sobre la carretera a la Aurora. El negocio en Mercedes Norte estaba ubicado frente al colegio Claretiano. Los otros dos estaban mejor ubicados sobre calle principal y eran muy frecuentados por un gran número de clientes, pero uno se trasladó a San Joaquín y el otro cerró por problemas de tenencia de la tierra.

Posteriormente, se han dado varios intentos por establecer viveros en la zona de San Francisco, pero por problemas administrativos no han logrado cumplir la demanda de la zona, ni satisfacer al cliente, razones por las cuales han cerrado sus puertas en poco tiempo.

En cuanto a investigaciones relacionadas con el tema de estudio se consultarán dos tesis de corte internacional y tres de corte nacional. La primera tesis consultada fue la de Wesche Aguado Aldo (2009), para la carrera de Administración de Empresas en la Universidad de las Américas Puebla, cuyo título es “Análisis de viabilidad y posible impacto de la inclusión de piezas de desgaste dentro de la garantía del automóvil en una empresa automotriz”. Con este proyecto el estudiante busca conocer si es viable para una marca automotriz ofrecer garantía en las piezas de desgaste como lo son las pastillas de frenos, filtro de gasolina, entre otros.

Como conclusión el estudiante demostró que a la mayoría de clientes les gustaría que las compañías ofrecieran un paquete de garantía, en la cual se incluyeran las piezas de desgaste. Además, que la implementación de la estrategia no representara un ingreso directo para la empresa debido a que no estaba considerado un porcentaje de utilidad en el precio del paquete. El beneficio para la marca automotriz sería el aumento de tránsito de vehículos en su red de concesionarios, lo que repercutiría en mayores ventas de vehículos y accesorios.

La segunda investigación consultada, fue la de Carrera Guaman Juan Carlos (2012) para la carrera de Ingeniería en administración de empresas en la Universidad Central del Ecuador, cuyo título es “Creación de una empresa para la comercialización de arreglos florales en la ciudad de Quito”; con este proyecto se buscó conocer todos los factores tanto de mercado, financieros y administrativos para crear una floristería en Quito, Ecuador.

Esta investigación concluyó que la propuesta para la floristería era factible. A esta conclusión se llega luego de realizar el estudio de la creación de la empresa, sus procesos de producción los diversos aspectos de la ingeniería y las innovaciones incorporadas por el autor.

La siguiente investigación consultada fue de carácter nacional y es la tesis de Araya Cabrera Jeremy (2013) para optar por la Maestría de Administración de Empresas con énfasis en Gerencia Estratégica en la Universidad Estatal a Distancia (UNED), cuyo título es “Análisis de viabilidad de desarrollar con modalidad de franquicia comercial Súper Feria”. El autor busca con esta tesis conocer si es viable volver a Súper Feria, una empresa dedicada a la comercialización al detalle y al por mayor de productos frescos a una franquicia comercial.

La investigación anterior, generó como conclusión que sí era viable desarrollar a Súper Feria bajo el modelo de franquicia, pero que no era recomendable hacerlo con la estructura que poseía, dado a que antes de franquiciar se debe cumplir con requisitos de protección de marcas y estandarización de procesos.

La siguiente investigación consultada, fue la de Chávez Abarca Randall (2004) para la carrera de Ingeniería Agropecuaria Administrativa en el Instituto Tecnológico de Costa Rica, cuyo título es “Plan de negocio para la creación de una empresa elaboradora de vino de frutas tradicionales y exóticas en la zona de los Santos”. Este estudio tuvo como objetivo la formulación de un plan de negocio para la creación de una empresa de vinos, principalmente fundamentada en la necesidad de crear empresas que impulsen el desarrollo agroindustrial de Costa Rica.

La investigación concluyó que durante la formulación del plan de negocio se logró la estandarización del proceso para la elaboración de cuatro vinos, frutas, dulces; gustosos y estables. También que la zona de los Santos es un mercado muy pequeño para obtener las ventas necesarias que permitan hacer rentable el negocio.

La última investigación consultada, fue la de Santamaría González Mainor (2014) para la carrera de Ingeniería Industrial en la Universidad Internacional de las Américas, cuyo título es “Propuesta de un estudio de viabilidad de la empresa Confecciones A&B S.A. para su incorporación en el mercado textil de manera que sea competitiva y rentable”. Dicho estudio tuvo como objetivo establecer la mejor propuesta mediante un estudio de viabilidad para la elaboración de la empresa confecciones A&B S.A. de manera que pueda ser rentable y pueda ser una entidad competitiva en el mercado textil.

La investigación concluyó que había una demanda insatisfecha para el tipo de producto o servicio que se le quería ofrecer al cliente y determina que el mejor camino a seguir es la venta de camisas y blusas, las cuales son prendas que las personas usan con más frecuencia; también se encontró un local accesible en la zona para la planta y logró compactarse toda la información de carácter monetario incluida en todo el proceso del estudio.

Proyecciones de la Investigación

- Identificar los factores para determinar la viabilidad de establecer un vivero en el distrito de San Francisco de Heredia. Estos factores son de diferentes ámbitos tanto legales como administrativos y de producción. Entre los factores legales se explica que permisos se ocupan para poner un negocio de este tipo, que leyes se deben seguir, la tributación de impuestos y la inscripción del negocio, entre otros. En el campo administrativo se muestran la planeación y la organización del negocio. En lo referente a la producción se exponen datos sobre la materia prima necesaria y sus costos, los procesos de producción, el equipo e instalaciones que se ocupan en un negocio de esta índole y otros factores importantes de producción.
- Realizar un estudio de mercado con todos los elementos que se consideren necesarios para determinar la viabilidad de la explotación de un vivero en la zona de San Francisco de Heredia, haciendo uso del análisis de las necesidades, opiniones y expectativas de los clientes potenciales del negocio por establecer.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Conceptualización de un vivero

Los viveros son según Peña (2004) “espacio físico ubicado en un determinado lugar en donde se produzcan y comercializan plantas” (p.2). Las empresas de esta clase no son extrañas en el país, debido a la gran variedad de flora en Costa Rica y su singular clima hace que un negocio de este enfoque se pueda establecer.

Los viveros son un establecimiento donde se producen y se venden diferentes tipos de plantas y árboles. Adicionalmente comercializan elementos para jardinería entre los que se pueden mencionar: macetas, herramientas de jardinerías, abonos, fertilizantes, entre otros.

En Costa Rica también existen viveros que no producen las plantas que comercializan, sino que las compran a productores de otras zonas del país y las revenden en sus establecimientos. Los viveros pueden caracterizarse según las plantas que produzcan o vendan en forestal, ornamental y mixto.

Un vivero forestal según Buamscha et al (2012) “es el lugar destinado a la reproducción de árboles con diversos fines” (p.14). Esta clase de viveros son creados para diferentes fines como de investigación de una o más especies, para reforestación de alguna zona o para venta. Los árboles que se producen en estos viveros son árboles forestales, estos de acuerdo con la Ley Forestal N°7575 son “Planta perenne, de tronco leñoso y elevado que se ramifica a mayor o menor altura del suelo, que es fuente de materia prima”. Estos árboles forestales pueden ser usados para madera o con fines ornamentales.

En Costa Rica hay diferentes viveros forestales entre los que se encuentran los cuatro del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) Vivero Garita, Vivero Tronadora, Vivero Free Hold

y Vivero Cachí. De acuerdo con Chávez y López (2015) “el ICE no comercia los arbolitos que produce” (párr.4). El fin de estos árboles es la reforestación.

En la provincia de Heredia también se encuentran viveros de esta clase como el Vivero de la Escuela de Ciencias Ambientales de la Universidad Nacional ubicado en el campus Omar Dengo en Heredia, se utilizan sus plantas para investigación, campañas de reforestación y venta.

Un vivero ornamental se dedica según Ducuara, López y Oswaldo (1998) a “la producción de plántulas para jardinería” (p.2).

Los viveros ornamentales están destinados a producir plantas de interior y exterior con fines de ornamento o embellecimiento de espacios como parques de comunidades y jardines de hogares y empresas.

Estos viveros producen o venden plantas florales, arbustos y otras usadas comúnmente para adornar áreas verdes. En Costa Rica existen viveros de este tipo en diferentes zonas del país y se enfocan más que todo en el abastecimiento de plantas al mercado de la comunidad donde se ubican.

Un vivero mixto es una combinación entre el vivero forestal y ornamental, en él se ofrecen especies forestales y ornamentales, aunque también hay frutales y medicinales, dependiendo del establecimiento. Un claro ejemplo de un negocio de esta clase es el Vivero La Central en la Garita de Alajuela.

Análisis de Viabilidad

El término viabilidad proviene de la palabra de la palabra viable, esta se define según la (Real Academia Española [RAE], 2017) “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”. En la evaluación de proyectos un análisis de viabilidad “consiste en la

recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa” (Vega, 2006, p.1).

Realizar esta clase de estudio ayuda a inversionistas a conocer si es bueno invertir su dinero en un negocio. Esto debido a que según Vega (2006) “El estudio formaliza, documenta y revalida la idea del negocio propuesto, reduciendo el riesgo asociado a tomar una decisión de inversión. Debemos aclarar, sin embargo, que no es una garantía de éxito” (p.1). El estudio debe ser realizado de forma objetiva para dar posibilidades de éxito o fracaso reales.

Para determinar mediante un análisis la viabilidad el posible éxito o fracaso de una empresa se deben tomar en cuenta factores referentes al área política, administración y producción.

Factores legales

Para que una empresa inicie operaciones en Costa Rica debe realizar una serie de permisos, trámites y procedimientos que le confieren derechos y deberes dentro del orden jurídico. Además la empresa debe cumplir con diferentes requisitos y normas propias de la legislación nacional, dependiendo del negocio por establecer. A continuación se presentan los pasos a realizar para la explotación de un negocio en el país.

Selección de la figura legal

Escoger cuál figura legal será la idónea para una empresa es una selección de cuidado, una equivocación en esta decisión puede afectar los intereses del empresario y la existencia del negocio. Las figuras legales bajo las que se puede inscribir una empresa en Costa Rica son la persona física y la persona jurídica.

Se puede definir la persona física como el individuo o ser humano capaz de derechos y obligaciones; o si se prefiere, como sujeto activo o pasivo de una relación jurídica. Esta persona física constituye un miembro de la comunidad, mientras que la persona jurídica “es todo ente

susceptible de adquirir derechos y contraer obligaciones, a través de su propia organización, es decir, es un centro autogestante de derechos y obligaciones” (Richard y Muiño, 2004, p.35).

Las empresas que trabajan bajo persona jurídica lo hacen por medio de una sociedad. Estas son “un acto de comercio, un contrato creado para permitir la organización de personas que aportan algo a la formación de un fondo común para el alcance de un fin también común” (Mora, 2003, p.39).

En Costa Rica existen diferentes tipos de sociedades. Según el Código de Comercio en el artículo 17 “Es mercantil, independientemente de su finalidad: a) La sociedad en nombre colectivo; b) La sociedad en comandita simple; c) La sociedad de responsabilidad limitada; y d) La sociedad anónima”

La sociedad de nombre colectivo de acuerdo con el artículo 33 del Código de Comercio es: “aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de modo subsidiario pero ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales”.

La sociedad en comandita según el artículo 57 del Código de Comercio es: “aquella formada por socios comanditados o gestores a quienes les corresponde la representación y administración, y por socios comanditarios”.

Según el artículo 75 del Código de Comercio: “En la sociedad de responsabilidad limitada los socios responderán únicamente con sus aportes, salvo los casos en que la ley amplíe esa responsabilidad”. En esta clase de sociedad a diferencia de la anónima su capital no se divide en acciones y no se debe contar con una junta directiva, lo cual puede generar disminución de costos.

En la sociedad anónima de acuerdo con el artículo 102 del código de comercio: “el capital social estará dividido en acciones y los socios sólo se obligan al pago de sus aportaciones”.

Otra definición importante sobre Sociedad Anónima es la siguiente. De acuerdo con Alter (2002) es “aquella sociedad capitalista que, teniendo un capital propio dividido en acciones, funciona bajo el principio de responsabilidad limitada de los socios por deudas sociales” (p.15), en esta sociedad se debe contar con una junta directiva lo cual puede generar un costo, además se deben celebrar reuniones de los miembros.

Para la selección de qué figura legal idónea se debe tomar en cuenta otros factores como el impuesto sobre la renta, este en Costa Rica de acuerdo con el artículo 1 de la ley 7092 “Se establece un impuesto sobre las utilidades de las empresas y de las personas físicas que desarrollen actividades lucrativas”. El porcentaje de este impuesto varía según sea persona física o jurídica, además de los ingresos obtenidos por la empresa, según el régimen de tributación tradicional, como se muestra en la siguiente tabla.

Porcentaje del impuesto sobre la renta de personas físicas y jurídicas bajo el régimen tradicional en Costa Rica, para el periodo 2017.

Persona física	Ingreso	% impuesto sobre la renta
Hasta	₡3.517.000	Exento
Sobre exceso de	₡3.517.000 hasta ₡5.251.000	10%
Sobre exceso de	₡5.251.000 hasta ₡8.760.000	15%
Sobre exceso de	₡8.760.000 hasta ₡17.556.000	20%
Sobre exceso de	₡17.556.000	25%
Persona jurídica	Ingreso	% impuesto sobre la renta
Ingresos brutos hasta	₡ 52.634.000	10%
Ingresos brutos hasta	₡105.872.000	20%
Ingresos brutos de más de	₡ 105.872.000	30%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Ministerio de Hacienda, 2017.

Como se observa en la tabla anterior la persona física es la idónea cuando los ingresos de la empresa son menores a ₡3.517.000 debido a que estará exenta del pago del impuesto sobre la renta. Sin embargo, esta figura tiene la desventaja de que el patrimonio de la empresa no está

diferenciado al del propietario, por lo tanto, ante cualquier cobro judicial por deuda u otro evento afecta al propietario.

La persona jurídica resulta ser más idónea cuando los ingresos de la empresa lleguen hasta los ¢52.634.000 debido a que solo se pagará un 10% de impuesto de renta a diferencia de la persona física que a partir de ¢5.251.000 se cobra un 15% de dicho impuesto. Se debe tomar en cuenta que inscribir una empresa bajo persona jurídica agrega costos adicionales debido a que se debe inscribir una sociedad con un notario público.

Certificado de uso de suelo

Toda persona física o jurídica que quiera comenzar una empresa en el país debe solicitar el permiso municipal de uso de suelo para llevar a cabo su actividad en la zona respectiva. Esto se debe porque cada municipalidad cuenta con un ordenamiento territorial.

El ordenamiento territorial según Reglamento a la Ley de Uso, Manejo y Conservación de Suelos en el artículo 6: “Es una estrategia concertada en todos los niveles de la sociedad, para promover y regular el uso del territorio, asignando estratégicamente cada porción de tierra a aquellos usos que sean socioeconómicamente rentables y ecológicamente sostenibles”.

Este permiso se debe a que hay actividades que no se permiten realizar en algunas zonas por restricciones propias del Plan Regulador del uso del suelo en el cantón respectivo. En este procedimiento el ente municipal en su Departamento de Ingeniería determina el uso del suelo considerando estudios previos y cartografía sobre factores del entorno ambiental que definen el desarrollo productivo de las actividades productivas, sin poner en riesgo los recursos disponibles para la comunidad.

Inscripción en Tributación

De acuerdo con el Ministerio de Hacienda “toda persona física o jurídica está obligada a inscribirse en el registro único de contribuyentes al iniciar sus actividades o negocios de carácter

lucrativo (vender mercancías o prestar servicios)”. Este paso es requisito indispensable para poder emitir facturas por los servicios brindados en Costa Rica. El Ministerio tiene a disposición dos medios para realizar este trámite: de manera personal en las oficinas correspondientes, según la zona o de forma electrónica mediante la plataforma “Tribunet”.

En caso de realizar el trámite de forma personal en las oficinas del Ministerio de Hacienda los requisitos solicitados varían según la figura legal bajo la cual se realiza la inscripción. La única obligación que no cambia es el primer requisito que es la presentación de la Declaración de inscripción, modificación de datos y de inscripción al registro único de contribuyentes o mejor conocido como formulario D-140.

Al realizar el trámite de inscripción mediante el uso de persona física se debe presentar la cédula de identidad en original y una fotocopia simple de esta. En cambio si el trámite es solicitado por una persona jurídica se debe presentar la Cédula Jurídica, en original y fotocopia simple; o bien, una fotocopia certificada por un notario público, adicional también se tiene que presentar la Certificación de personería jurídica, emitida por el Registro Público o por un notario público, con una antigüedad no mayor a los 3 meses contados a partir de su expedición, la Cédula de identidad del representante legal, en original y fotocopia simple, o una fotocopia certificada por un notario. En dado caso que esta persona sea extranjera se debe presentar el pasaporte, cédula de residencia permanente o temporal, carné diplomático o de misión internacional u otro documento de identificación vigente, en original y fotocopia simple o certificada.

Registro en la Caja Costarricense del Seguro Social

Según la Ley Constitutiva de la Caja Costarricense de Seguro Social N° 17 en Artículo 3 se decreta que:

Las coberturas del Seguro Social y el ingreso al mismo son obligatorias para todos los trabajadores manuales e intelectuales que perciban sueldo o salario. El monto de las cuotas que por esta ley se deban pagar, se calculará sobre el total de las remuneraciones que bajo cualquier denominación se paguen, con motivo o derivados de la relación obrero-patronal.

Conforme con la legislación costarricense, el patrono debe contribuir al régimen de seguridad social de sus trabajadores. Para esos efectos, previamente al pago de las cuotas de seguridad social, debe inscribirse como patrono en las oficinas centrales o regionales de la CCSS. La inscripción patronal y el aseguramiento de los trabajadores deben hacerse dentro de los ocho días siguientes a la fecha de ingreso de los empleados. El porcentaje por descontar por el seguro social se muestra en la siguiente tabla.

Porcentajes de cargas sociales en Costa Rica, 2017

CONCEPTO	PATRONO	TRABAJADOR
Seguro Salud (enfermedad y Maternidad)	9,25%	5,50%
Invalidez Vejez y Muerte (IVM)	5,08%	2,84%
Cuota Banco Popular	0,25%	-
Asignaciones Familiares	5,00%	-
Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS)	0,50%	-
Instituto Nacional de aprendizaje (INA)	1,50%	-
Aporte patronal al Banco Popular	0,25%	-
Capitalización laboral	3,00%	-
Pensiones complementarias	0,50%	-
Aporte trabajador Banco Popular	-	1,00%
Instituto Nacional de Seguros (INS)	1,00%	-
Total	26,33%	9,34%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la CCSS, 2017.

Registro en el Instituto Nacional de Seguros (INS)

De acuerdo con la Constitución Política de Costa Rica en el Artículo 66: “Todo patrono debe adoptar en sus empresas las medidas necesarias para la higiene y seguridad del trabajo.”

Conforme al Código de Trabajo en el artículo 193: “Todo patrono, sea persona de Derecho Público o de Derecho Privado, está obligado a asegurar a sus trabajadores contra riesgos

del trabajo, por medio del Instituto Nacional de Seguros”. Para ello debe suscribir una póliza en el Instituto Nacional de Seguros (INS). Esta debe estar suscrita al inicio de operaciones y estar vigente durante la operación.

Para suscribir la Póliza de Riesgos del Trabajo, el interesado debe dirigirse a las Oficinas Centrales o Sucursales del INS, a una agencia comercializadora de seguros, o bien, a un agente de seguros autorizado. En el momento de suscribir la póliza, la empresa queda automáticamente registrada como patrono en el INS. Una vez suscrita la póliza, el patrono debe remitir al INS, por mes, un estado de planillas indicando: nombre y apellidos de los trabajadores, días y horas laborados y los salarios pagados.

Permiso sanitario del Ministerio de Salud

Todos los establecimientos deben contar con la autorización o permiso sanitario de funcionamiento para operar en el territorio nacional, de acuerdo con la Ley General de la Salud y el Decreto Ejecutivo N° 34728-S o Reglamento General para Autorización y Permisos Sanitarios de funcionamiento. Para obtener el permiso sanitario de funcionamiento para establecimientos industriales, comerciales y de servicios del Ministerio de Salud, se deben cumplir con los siguientes requerimientos:

- Llenar la declaración jurada para trámites de solicitud de permisos sanitarios de funcionamiento por primera vez.
- Pago de servicios para permiso de funcionamiento.
- Copia del documento de identidad, solo en caso de solicitud por primera vez o para renovación en caso de haber vencido.
- Certificación registral o notarial de la personería jurídica vigente, solo en caso de solicitud por primera vez.
- Llenar formulario unificado de solicitud de permiso sanitario de funcionamiento.

Entre los datos importantes por tomar en cuenta para completar el formulario es que según Decreto Ejecutivo N° 34728-S o Reglamento General para Autorización y Permisos Sanitarios de

Funcionamiento en el artículo 5: “los establecimientos industriales, comerciales y de servicios, definidos en este reglamento se clasifican según su riesgo en tres categorías”. Estas categorías se nombran como grupo A, grupo B y grupo C.

El Grupo A (riesgo alto): aquellas actividades o establecimientos que por sus características representan o pueden representar un riesgo potencial en forma permanente a la salud de las personas o al ambiente.

El Grupo B (riesgo moderado): aquellas actividades o establecimientos que por sus características representan un peligro potencial moderado para la salud de las personas o el ambiente.

El Grupo C (riesgo bajo): aquellas actividades o establecimientos que por sus características, no representan una amenaza significativa a la salud de las personas y presentan bajo impacto al ambiente.

Registro de Marca y Nombre Comercial

Según la Constitución Política de Costa Rica en el Artículo 47: “Todo autor, inventor, productor o comerciante gozará temporalmente de la propiedad exclusiva de su obra, invención, marca, nombre comercial, con arreglo a la ley”. En Costa Rica la ley dirigida a estos temas es la Ley de Marcas o Ley N° 7978.

Una marca según la Ley de Marcas de Costa Rica en el artículo 2 es:

Cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se apliquen frente a los de su misma especie o clase.

Un nombre comercial de acuerdo con la Ley de Marcas de Costa Rica en el artículo 2 es: “Signo denominativo o mixto que identifica y distingue una empresa o un establecimiento comercial determinado”.

Para registrar una marca o nombre comercial según El Financiero en la noticia “¿sabe cómo registrar su marca? Conozca paso a paso” escrita por Ortega (2016) “se realiza ante el Registro de Propiedad Industrial, y tarda aproximadamente seis meses, siempre y cuando no se presenten oposiciones por parte de terceros u objeciones por parte del mismo Registro” (párr.15).

Los pasos en este procedimiento son los siguientes según Ortega (2016) “Presentación de la solicitud, Examen de forma, Examen de Fondo, Publicación de la solicitud, Oposición al registro y certificación de Registro” (párr.16).

Básicamente el proceso trata al inicio de presentar la solicitud para inscribir una marca ante el Registro de Propiedad Intelectual, después esta se analiza a ver si cumple con los requisitos y no infringe la Ley N° 7978, una vez comprobado que la marca no incumpla con esta ley se publica en La Gaceta aquí según Ortega (2016) “por tres veces consecutivas. A partir de la primera publicación debe de transcurrir un plazo de 2 meses dentro del cual terceros interesados podrán presentar oposiciones” (párr.19), si no se presenta ninguna oposición la marca o nombre comercial es aceptada y pasa a ser certificada.

Patente Municipal

De acuerdo con el Código Municipal o Ley N° 7794 el artículo 79 menciona que:

Para ejercer cualquier actividad lucrativa los interesados deberán contar con licencia municipal respectiva, la cual se obtendrá mediante el pago de un impuesto. Dicho impuesto se pagará durante todo el tiempo que se haya ejercido la actividad lucrativa o por el tiempo que se haya poseído la licencia.

Para solicitar una patente municipal se deben cumplir los requisitos siguientes:

- Certificado de uso de suelo.

- Fotocopia de la cédula de identidad del solicitante o del representante legal, según sea el caso y del dueño del inmueble en caso de que el local se alquile o certificación de personería original con un mes de vigencia si es una persona jurídica, o bien fotocopia de cédula de residencia si es extranjero.
- Fotocopia del Permiso Sanitario de Funcionamiento, vigente, a nombre del solicitante.
- Timbres fiscales por ₡100 (cien colones) y timbres de Parques Nacionales por ₡100 (cien colones).
- Fotocopia de la Póliza de Riesgos de Trabajo del Instituto Nacional de Seguros o la exoneración.
- Certificación de estar al día con las obligaciones de la C.C.S.S.
- Encontrarse al día con el pago del Fondo de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares (FODESAF).
- Encontrarse al día con el pago de tributos municipales, el solicitante y el dueño del inmueble.
- Fotografía digital o impresa del local.
- Encontrarse inscrito ante Tributación Directa, copia de la inscripción.

La Municipalidad según el Código Municipal en el Artículo 80: “deberá resolver las solicitudes de licencia en un plazo máximo de treinta días naturales, contados a partir de su presentación. Vencido el término y cumplidos los requisitos sin respuesta alguna de la municipalidad, el solicitante podrá establecer su actividad”.

Factores administrativos

La administración según Chiavenato (2013) es “el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de recursos para lograr objetivos organizacionales” (p.10). Esta definición menciona las cuatro funciones básicas para contar con una buena administración. Este proceso no es extraño para las personas debido a que se desarrolla normalmente en la vida cotidiana, desde planear unas vacaciones o hacer una fiesta, se ocupa el uso de administración para que tenga éxito.

Otra definición importante sobre el término administración según Koontz, Weihrich, Cannice (2012) es “el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz” (p.4).

En las empresas, la administración es una de las bases más importantes para que estas se mantengan y crezcan. Una mala administración de una empresa puede hacer que lo que fue una gran idea de negocio quiebre y tenga que cerrar. Todas las empresas sin importar la industria a la que pertenecen deben tener buenas bases administrativas para que el negocio surja, un vivero como el del caso de investigación no está abstente de esto.

El punto de partida de los factores administrativos considera el definir el nombre comercial de la empresa y su logotipo. El nombre de una empresa constituye una especie de carta de presentación, el reflejo de su imagen es lo que las vuelve diferentes al resto. Este debe ser descriptivo, quiere decir, reflejar de que trata la empresa, original para no generar confusiones entre los clientes, tiene que llamar la atención, ser claro y simple, debe contar con un significado, por último debe ser agradable y de buen gusto. Al detallar un nombre hay que conocer un poco de la cultura del país donde se establecerá la empresa para evitar que genere doble sentidos o contenga algún término vulgar u ofensivo.

El isólogo es confundido usualmente con un logotipo o isotipo. Según Alcaraz (2015) un logotipo es una “figura o símbolo específico y original que identifica una marca” (p.114). Este constituye un distintivo creado con letras para identificar una empresa, un ejemplo de este sería el logotipo de Facebook, mientras que el isotipo es un símbolo que representa una marca, como ejemplo se puede tomar la manzana de la marca Apple. El isólogo es una combinación entre los dos anteriores, es decir, un texto y un símbolo combinados que se usan para identificar un nombre comercial.

Como se mencionó anteriormente la administración de una empresa es un proceso de cuatro pasos que se inicia con la planeación y la organización debido a que son los factores principales para formar un negocio. A continuación se explican estos dos pasos primordiales para el establecimiento y conformación de una empresa.

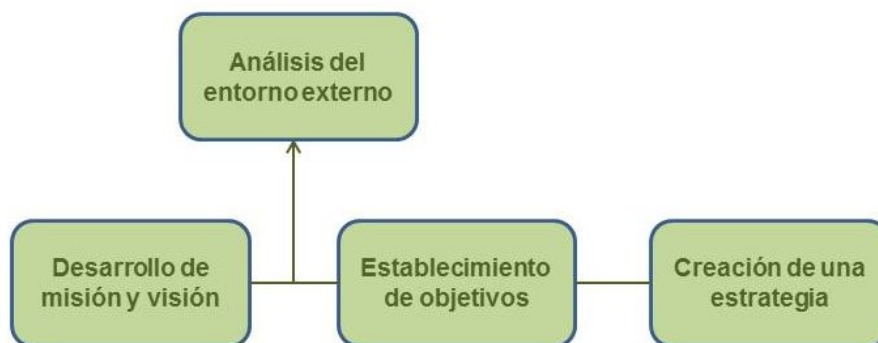
Planeación

La planeación consiste en según Koontz, et al (2012) “seleccionar misiones y objetivos, y decidir sobre las acciones necesarias para lograrlos; requiere tomar decisiones, es decir, elegir una acción entre varias alternativas, de manera que los planes proporcionan un enfoque racional para alcanzar los objetivos preseleccionados” (p.108). Este elemento posiblemente puede ser el más importante del proceso administrativo debido a que en él se establecen las bases bajo las cuales trabajará la empresa.

La planeación resulta fundamental en toda empresa en especial cuando está comenzando operaciones. Esto porque esta parte del proceso administrativo es la que traza la dirección a la que quiere llegar una empresa y bajo qué métodos lo hará. Por lo tanto, ayuda a las empresas con su crecimiento y permanencia en el mercado.

En la planeación se establecen las fases que se deben seguir para la formulación de una estrategia en una empresa. Estas son desarrollar una visión, misión y los establecimientos de objetivos. Una vez concluidas las fases mencionadas se debe formular una estrategia que establezca como se dirigirá la empresa a cumplir sus metas.

Figura N°1: Proceso de formulación de una estrategia



Fuente: David, Conceptos de Administración estratégica, 2013

Visión

Una visión, según Thompson, Peteraf, Gamble y Strickland (2015) “describe las aspiraciones de la administración para el futuro, y define el rumbo estratégico y la dirección a largo plazo” (p.18).

Otra definición que se acopla al proyecto en desarrollo es la de Hitt, Ireland y Hoskisson (2015) “la visión es una descripción de lo que quiere ser la empresa y, en términos generales, de lo que quiere lograr en última instancia” (p.19).

Este elemento brinda una panorámica de hacia dónde va la empresa esta tiene que estar basada en razones comerciales convincentes y sensatas. La visión implementada en una organización debe ser clara, breve, alentadora, desafiante y debe ser coherente con los principios bajo los cuales se formará la empresa.

La visión no tiene mucho valor para la empresa, si no se transmite a todos sus colaboradores. Esta debe ser comunicada a los trabajadores de la empresa para que estos se comprometan a lograr las metas planteadas.

Misión

Según Chiavenato y Sapiro (2011) “la misión de la organización es la declaración de su propósito y alcance en términos de productos y mercados” (p.73).

La misión de la explica la razón de ser de una empresa, es decir, en palabras más claras constituye el “quién somos, qué hacemos y porqué estamos aquí” de un negocio. Esta debe ser medida en términos de satisfacción a los miembros del entorno externo de la compañía.

La declaración formal de una misión en una empresa ayuda a concentrar el esfuerzo de los trabajadores en una sola dirección. Esto evita el riesgo que sigan propósitos diferentes a los planteados.

La misión de una empresa de acuerdo a Thompson et al (2015) tiene que “1) identificar los productos/servicios de la empresa, 2) especificar las necesidades del comprador que desea satisfacer y los grupos de clientes o mercados que atiende, 3) de a la compañía una identidad propia” (p.21).

Una misión bien planteada no debe generar confusiones en quien la lee y debe ser de fácil entendimiento para personas tanto en el interior como en el exterior de la compañía. Este elemento puede ser comunicado mediante la página web de la empresa, en los informes de la empresa o incluso puede estar plasmado en un cuadro en una habitación del negocio.

Valores organizacionales

Cuando una empresa ya conoce lo que hace y hacia dónde quiere llegar, crea una serie de valores bajo los cuales se fomentará el negocio, a estos se les conoce como los valores organizacionales. Estos “se tratan de un conjunto de conceptos, filosofías y creencias generales que la organización respeta y practica” (Chiavenato et al, 2011, p.79).

Otra definición sobre este término según Thompson et al (2012) “los valores de una organización son las creencias, características y normas conductuales que se esperan de su personal cuando realiza negocios de la compañía y persigue su visión estratégica y su misión” (p.27).

Los valores de una empresa se suelen relacionar según Thompson et al (2012) “con la integridad, la conducta ética, la innovación, el trabajo en equipo, la calidad y la responsabilidad social” (p.22).

Los valores deben ser reflejados en cómo se comporta el personal de la empresa y la conducta de la compañía en sí. Estos no son solo un elemento decorativo, sino que son una de las bases para la cultura organizacional, esta “es el conjunto de hábitos y creencias establecidos por medio de normas, valores, actitudes y expectativas que comparten todos los miembros de la organización” (Chiavenato, 2011, p.72).

Los pequeños y micro empresarios no suelen tomar en cuenta el uso de factores como la visión, la misión, los valores organizacionales. Esto se puede dar debido a falta de preparación educativa o simplemente porque no lo consideran importante para una empresa, sin embargo, estos son de suma importancia debido a que le dan una identidad a la empresa y la ayudan a tener una dirección y a formular sus metas.

Entorno Externo

Todas las empresas operan en un amplio macroambiente que está compuesto por seis factores principales: demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales; “cada componente tiene potencial para afectar el ambiente competitivo y de la industria” (Thompson et al, 2015, p.42).

Los cambios que ocurren en las fuerzas externas de la empresa pueden afectar la demanda de los consumidores por productos y servicios, los tipos de productos que se desarrollan, el posicionamiento del negocio, a los proveedores y los distribuidores.

Entorno demográfico

La demografía es según Kotler y Armstrong (2012) “el estudio de las poblaciones humanas en términos de magnitud, densidad, ubicación, edad, género, raza, ocupación y otros datos estadísticos” (p.70).

En el entorno demográfico resulta importante tomar en cuenta el tamaño de la población, así como los cambios que se pueden dar en esta en términos de edad, sexo y raza, la cantidad de extranjeros en la zona de interés debido a que estos pueden ocasionar cambios en las características de consumo, entre otros.

Un factor demográfico por tomar en cuenta es el cambio que ha tenido el núcleo familiar. En Costa Rica con respecto a este tema según Marín (2016):

En primer lugar habría que reconocer que la familia es la institución probablemente más sometida a procesos de cambio continuo, de reforma, tal vez la institución más adaptable y cambiante en la historia de la humanidad. Hoy reconocemos que convivimos con múltiples formas de agrupamiento familiar. Por un lado el modelo tradicional, nuclear, heterosexual y patriarcal. Por otro lado, hay una realidad insoslayable, la existencia de arreglos familiares, alternativos, que se alejan de las concepciones tradicionales (párr. 6).

Un elemento que se ha vuelto importante durante los últimos años es determinar a qué generación pertenecen los pobladores de la zona de interés para la empresa. Esto porque ayuda a conocer algunas características importantes de las personas. Esto se determina según los años en que estos nacieron y se clasifican en baby boomers, generación X y generación Y, entre otras.

Los baby boomers según Fisher y Espejo (2011) son los: “Nacidos entre 1946 y 1964” (p.76). Estas personas suelen ser apegadas a la religión, acostumbran leer periódicos y ver las noticias en la televisión. En estos momentos a nivel social son padres y abuelos.

Esta generación presencié grandes avances tecnológicos como la llegada del hombre a la luna, la televisión a color, los relojes digitales y demás. Sin embargo, no manejan bien las tecnologías nuevas como teléfonos inteligentes y tabletas.

La generación X son las personas nacidas entre 1965 y 1976. Estas personas crecieron “en la era de los niños que se quedaban solos en casa mientras las madres trabajaban y con altos índices de divorcio de los padres. Tienen pocas razones para emplear o adoptar las visiones de la generación de la posguerra” (Chirino, 2009, p.138).

La generación Y según Kotler et al (2012) son los “nacidos entre 1977 y 2000” (p.73). Una característica importante en esta generación es la absoluta habilidad para el uso de tecnologías digitales lo cual es un factor importante por explotar para el vivero mediante del uso de redes sociales, entre otras cosas.

Entorno económico

El entorno económico según Kotler et al (2012) “consta de los factores financieros que influyen en el poder adquisitivo y los patrones de gasto de los consumidores” (p.77).

Este entorno ayuda a las empresas a entender la situación económica que posee el mercado, sus tendencias y los patrones de gastos que poseen los consumidores. Existen diferentes elementos que deben ser vigilados cuando se analiza el entorno económico en el que trabaja un negocio, entre estos están: el crecimiento económico del país, las tasas de inflación, las tasas de interés, la tendencia del producto interno bruto (PIB), entre otros.

El crecimiento económico según Galindo (2011) es: “un aumento del valor de los bienes y servicios producidos por una economía durante un período de tiempo” (p.40). Este elemento se ha convertido en una forma de medir la actividad que está llevando a cabo el Gobierno porque un mayor crecimiento económico indica que se está utilizando una política económica adecuada.

El crecimiento económico de un país se mide de acuerdo con el aumento en su producto interno bruto (PIB). El PIB según “es el valor de mercado de los bienes y servicios finales producidos en un país durante cierto periodo” (Parkin, 2010, p.86).

La inflación según Parkin (2010) “es un proceso en que los precios aumentan. La tasa de inflación se mide como el cambio porcentual en el nivel de precios promedio” (p.116). Cuando este elemento está presente el dinero pierde valor, por ejemplo, cuando la economía presenta inflación, los ciudadanos ya no pueden comprar la misma cantidad de comestibles con el dinero con el cual la compraban el año anterior.

Según Parkin (2010) “si el nivel de precios está subiendo la tasa de inflación es positiva” (p.119). Por lo contrario si el nivel disminuye la tasa también lo hará.

Cuando una persona o empresa va a pedir un préstamo o crédito, no solamente tiene que devolver la cantidad que ha solicitado, sino también los correspondientes intereses. Estos son: “una retribución que se paga o se recibe por utilizar o prestar cierta cantidad de dinero por un periodo de tiempo determinado. Es un porcentaje de la cantidad prestada, que incluye la inflación y una rentabilidad esperada” (Delgado, 2013, párr.2).

La tasa de interés marca lo que un individuo o una empresa paga por una determinada financiación. Una baja tasa de interés favorece la inversión y permite a las empresas una mayor liquidez para afrontar sus gastos corrientes o para incrementar el negocio.

Cuando las tasas de interés aumentan “los fondos requeridos para la expansión de capital se vuelven más costosos o inalcanzables. Además a medida que las tasas de interés aumentan, el ingreso disponible disminuye y la demanda de productos que no son de primera necesidad se reduce” (David, 2013, p.65).

Entorno natural.

El entorno natural es, según Thompson et al (2015), “factores ecológicos y ambientales como el clima y el cambio climático” (p.43).

En este entorno se encuentran los factores ecológicos y ambientales como el clima y el cambio climático, los cuales tienen un impacto directo en industrias como la de agricultura, la producción de electricidad y el turismo.

Según Benito, Rodríguez y Portela (2004) “El clima se define como el conjunto de estados de tiempo atmosférico que se producen en una determinada región y que otorgan a ésta una particular idiosincrasia” (p.61).

El clima está formado por diferentes elementos como la temperatura, el viento, las precipitaciones, la presión atmosférica y la humedad.

La temperatura según Benito et al (2004) “es una magnitud relacionada con la rapidez del movimiento de las partículas que constituyen la materia. Cuanta mayor agitación presenten éstas, mayor será la temperatura” (p.12).

En palabras más sencillas la temperatura es una magnitud física que indica la intensidad de calor o frío de un cuerpo, de un objeto o del medio ambiente, en general.

El viento constituye el movimiento del aire de una zona a otra. El viento es diferente en cada zona y puede variar también por las condiciones del tiempo, por ejemplo durante un huracán los vientos aumentan sus velocidades.

Con respecto a las precipitaciones según Benito et al (2004):

Las gotitas que forman la nube y que se encuentran en suspensión dentro de ella gracias a la existencia de corrientes ascendentes. Sobre cada gotita actúan fundamentalmente dos fuerzas: la debida al arrastre que la corriente de aire ascendente ejerce sobre ella, y el peso de la gotita. Cuando éste es suficientemente grande como para vencer la fuerza de arrastre, la gotita caerá hacia el suelo, produciendo la lluvia (p.34).

De acuerdo con el glosario de la página web del Instituto Meteorológico Nacional la lluvia es: precipitación de partículas de agua líquida en forma de gotas de diámetro mayor de 0.5 mm, o bien, gotas más pequeñas, pero muy dispersas.

Entorno tecnológico

Este entorno es según Kotler et al (2012) “fuerzas que desarrollan nuevas tecnologías, por lo que crean nuevos productos y oportunidades de mercado” (p.80). El factor de la tecnología se ha vuelto muy importante para las empresas durante los últimos años. Estar anuente a las nuevas tecnologías ayuda a las empresas a ampliar sus mercados, reducir costos, publicidad, entre otras cosas.

Las fuerzas tecnológicas representan oportunidades y amenazas sobresalientes que se deben tomar en cuenta. Según David (2013):

Los avances tecnológicos pueden afectar significativamente los productos, los servicios, los mercados, los proveedores, los distribuidores, los competidores, los clientes, los procesos de fabricación, las prácticas de marketing y la posición competitiva de las organizaciones. Además, tienen la capacidad de crear nuevos mercados, lo cual da como resultado la proliferación de nuevos y mejores productos, la modificación de las posiciones relativas de costos competitivos en una industria, y volver obsoletos los productos y servicios existentes. Asimismo, pueden reducir o eliminar las barreras de costos entre los negocios, reducir el tiempo de producción, generar escasez de habilidades técnicas, y generar cambios en los valores y expectativas de los empleados, gerentes y clientes (pp.71-72).

Un elemento que ha desarrollado grandes cambios en los últimos años en el entorno tecnológico de las empresas es el internet. Este “está cambiando la naturaleza de las oportunidades y amenazas al alterar los ciclos de vida de los productos, aumentar la rapidez en la distribución, crear nuevos productos y servicios, eliminar la limitaciones de los mercados geográficos tradicionales” (David, 2013, p.71).

Un elemento del internet que ha venido a dar un impulso importante para las empresas en los últimos años son las redes sociales. Estas son según Gallego (2010):

Un conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. En el ámbito de la informática, la red social hace alusión a una página web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversas índole, y van desde los negocios hasta la amistad (p.176).

Las empresas han utilizado las redes sociales como una forma para darse a conocer. Por este medios los negocios realizan publicidad de una forma más económica y fácil.

Entorno político

El entorno político consiste “en leyes, instituciones gubernamentales y grupos de presión que influyen en diferentes organizaciones e individuos en una determinada sociedad y los limitan” (Kotler et al, 2012, p.81).

Según David (2013) “Los gobiernos federales, estatales, locales y extranjeros son importantes reguladores, desreguladores, subvencionadores, empleadores y clientes de las organizaciones. Por lo tanto, los factores políticos, gubernamentales y legales pueden representar oportunidades o amenazas clave para las organizaciones de todo tamaño” (p.68).

Los pronósticos políticos podrían ser la parte más importante de un análisis externo para la empresa. Los cambios en las leyes de patentes, las tasas fiscales, las leyes laborales, de protección ambiental, entre otras pueden afectar de modo significativo la forma de trabajar de un negocio.

Entorno cultural

La cultura se define según Fisher et al (2011) “Representación de una serie de factores como conocimientos, creencias y valores que adquiere el hombre al ser miembro de una sociedad” (p.51).

Todos los países tienen su propia cultura, que está influenciada por diferentes elementos como: los pueblos que ya pasaron por el país, la música, la danza, la forma de vestir, la tradición, el arte, la religión, etc. La cultura puede ir más allá de las fronteras debido a que puede haber una misma cultura en diferentes países o diferentes en un mismo país.

El entorno cultural según Thompson et al (2015) “son los valores, actitudes, factores culturales y estilo de vida de la sociedad que impactan a los negocios” (p.43).

La cultura de un país puede decidir si una empresa tendrá éxito en él, por lo tanto, en cada proyecto para crear una empresa se debe analizar cómo es la cultura del país, qué factores les pueden agradar a los ciudadanos y cuáles pueden ser errores que pongan en peligro el proyecto.

Objetivos

Los objetivos son según Thompson et al (2015) “metas de desempeño de una organización; son los resultados y productos que la administración desea lograr” (p.24). El establecimiento de objetivos de una empresa es primordial para lograr un buen desarrollo, debido a que en él se establece en puntos claros lo que el negocio quiere lograr.

Los objetivos planteados en cada empresa deben estar relacionados con el giro del negocio, es decir, a qué se dedica esta y lo que se espera llegará a ser a futuro. Esto en otras palabras indica que la misión y la visión de la empresa están relacionadas con el planteamiento de objetivos.

Los objetivos de una empresa deben ser según Thompson et al (2015):

Concretos y mensurables, son valiosos para la administración por tres razones:

- 1) centran los esfuerzos y alinean las acciones en toda la organización,
- 2) sirven como patrones de medida para rastrear el desempeño y los avances de la compañía,
- 3) motivan e inspiran a los empleados a esforzarse más y desempeñarse en un nivel superior (p.24).

Los objetivos de una empresa de acuerdo con una cita anterior no solo ayuda a centrar el esfuerzo en metas, sino que también funcionan como factor motivacional para los colaboradores de la compañía debido a que representan retos para estos, los cuales muchas veces pueden ser compensados si se cumplen.

Los objetivos pueden ser con base en tiempo, según Alcaraz (2015) “se clasifican en las siguientes categorías: Objetivos a corto plazo (seis meses a un año), objetivos a mediano plazo (uno a cinco años) y objetivos a largo plazo (cinco a diez años)” (p.85). Al clasificar los objetivos de esta manera se debe estar consciente de que si no se cumplen los de corto plazo, no se podrá avanzar a los de mediano y largo plazo.

Al plantear objetivos se debe considerar que estos deben ser alcanzables en el plazo en el que se van a fijar, deben proporcionar una línea de acciones específicas, deben ser medibles para así conocer cómo se va desarrollando el negocio y escritos de una forma clara y entendible para no generar confusiones con los colaboradores de la empresa. Una vez se desarrollen los objetivos, se debe establecer una estrategia para que estos se cumplan.

Estrategia

La estrategia según Thompson et al (2015) “es un plan de acción para desempeñarse mejor que sus competidores y obtener mayor rentabilidad” (p.3).

Otra definición importante es la Hitt et al (2015), la cual menciona que una “estrategia es un conjunto de compromisos y acciones, integrados y coordinados, diseñados para explotar las competencias centrales y lograr una ventaja competitiva” (p.4).

La estrategia ayuda a las empresas a saber cómo competir, cómo atraer y satisfacer clientes, cómo posicionar la empresa en el mercado, cómo aprovechar las oportunidades atractivas para hacer que la empresa crezca. Toda estrategia necesita un elemento distintivo que atraiga clientes y genere una ventaja sobre las empresas rivales.

Existen muchas clases de estrategias para empresas. Sin embargo, las más conocidas y utilizadas por nuevos empresarios son las genéricas formuladas por Michael Porter. Estas permiten obtener una ventaja competitiva desde tres bases distintas: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque.

Una estrategia exitosa basada en liderazgo de costos según David (2013) debe tener:

Eficiencia elevada, los gastos generales bajos, las prestaciones limitadas, la intolerancia al desperdicio, la revisión minuciosa de las solicitudes de presupuesto, los amplios elementos de control, las recompensas vinculadas a la contención de costos y la extensa participación de los empleados en los intentos por controlar los costos (pp.150-151).

Las estrategias que se basan en liderazgo de costos son funcionales cuando los productos que ofrece la empresa tienen poca diferencia con respecto a los de la competencia y también cuando los compradores son sensibles al precio, por lo tanto, buscan los más bajos. La idea principal de esta estrategia son los precios bajos para así ganar participación en el mercado y ventas.

La estrategia de diferenciación según Thompson et al (2015) se basa en “ofrecer atributos únicos del producto que resulten tentadores para una amplia variedad de clientes que crean que vale la pena pagar por él” (p.115).

Esta clase de estrategia permite a las empresas cobrar precios más caros por los productos y también obtener lealtad por parte de los clientes. Sin embargo, no a todos los productos del mercado se les puede incluir una diferenciación.

Las estrategias de enfoque se refieren según Hitt et al (2015) “al conjunto de acciones que desempeña una compañía para producir bienes o servicios que satisfacen las necesidades de un segmento un segmento en particular” (p.121).

Las estrategias de enfoque son más eficaces cuando los clientes tienen preferencia o necesidades distintas y cuando las empresas rivales no intentan especializarse en el mismo segmento del mercado. Un claro ejemplo de esta clase de estrategia son los productos para adultos mayores o los alimentos sin gluten.

Una vez la empresa tenga desarrollada toda su planeación estratégica es necesario que cuente con una buena organización que la respalde y permita que esta se pueda desarrollar de la mejor manera.

Organización

La organización según Alcaraz (2015) “es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos” (p.156). La organización en la segunda parte del proceso administrativo que se tomará en cuenta en esta investigación. Este factor está compuesto por elementos como la estructura organizacional, entre otros.

Una empresa bien organizada, por lo general, cuenta con empleados motivados que están comprometidos con el éxito del negocio. En una compañía con buena organización, la asignación de recursos es más eficaz y su uso es más eficiente que en una desorganizada. Para el logro de esto el primer paso es escoger la estructura organizacional de la empresa.

Estructura organizacional

La estructura organizacional según Coulter y Robbins (2014) “es la disposición formal de los puestos de trabajo dentro de una organización.” (p.332). La estructura de una organización debe ser la correcta según su tamaño y funciones para así facilitar el cumplimiento de sus objetivos.

La selección de una estructura organizacional es un aspecto crítico para ejecutar una estrategia. Según Thompson et al (2015) “con la estructura adecuada, los administradores pueden orquestar los diversos aspectos del proceso de ejecución de manera imparcial, relajada y amistosa” (p.217). El buen diseño de esta puede ayudar con el crecimiento de la empresa.

Existen diferentes tipos de estructuras organizacionales. Entre estos se puede mencionar la estructura simple y la funcional.

Una estructura simple según Thompson et al (2015): “consta de un ejecutivo central (a menudo el propietario/administrador) que toma todas las decisiones importantes y supervisa todas las operaciones con ayuda del personal poco numerosos” (p.277).

Esta clase de estructura organizacional es comúnmente usada por las empresas que vienen comenzando y las pequeñas empresas. Sin embargo, conforme los negocios crecen, la estructura simple deja de ser la adecuada debido a que las organizaciones tienden a volverse especializadas o formalizadas.

La estructura funcional según David (2013) “agrupa las tareas y las actividades por función de negocios, como producción/operaciones, marketing, finanzas/contabilidad, investigación y desarrollo, y sistemas de administración de información” (p.221).

La estructura funcional es también llamada departamental debido a que estas se dividen por departamentos especializados. Una gran ventaja de esta estructura es que hay mayor especialización de labores y promueve el aprendizaje de los colaboradores de la empresa. Sin embargo, en estas el flujo de información entre departamentos puede fallar.

Organigrama

El organigrama es según Coulter et al (2014) “una representación visual de la estructura organizacional” (p.332). En la que se muestran líneas de autoridad (cadena de mando), relaciones de personal, comités permanentes y líneas de comunicación.

El organigrama ayuda a las personas a conocer su posición en la empresa, a esta comúnmente se le llama puesto. Estos son un “conjunto de funciones con posición definida en la estructura organizacional, en el organigrama” (Chiavenato, 2011, p.172).

En cada cargo de la empresa se deben cumplir con diferentes tareas. Estas son “una pieza de trabajo estrechamente definida asignada a una persona” (Daft, 2011, p.31).

En el organigrama de la empresa también se muestran las líneas de autoridad. A esta se le conoce comúnmente como la cadena de mando. Esta muestran cómo fluye la autoridad entre los niveles altos y los más bajos dentro de la organización, con esto se busca dejar claro quién reporta a quién.

Perfiles de puesto

Un perfil de puesto según (Universidad Tecnológica La Selva [UTselva] ,2007) “Describe la identificación del puesto, las relaciones de autoridad, conocimientos y aptitudes del puesto; que contribuyen para la asignación del puesto” (p.4).

A este también se le conoce como perfil ocupacional. Este perfil se ha vuelto un elemento importante en las empresas debido a que facilita el proceso de reclutamiento y selección de personal porque en él se describe cómo debe ser la persona idónea para un puesto y las tareas para las cuales debe tener competencia.

Factores de producción

La producción según Alcaraz (2015) es “transformación de insumos, a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos que requieren los consumidores” (p.132).

La producción es muy importante para las empresas. En esta se fabrican los productos que la empresa comercializa y estos con su venta generan ganancias.

Para que una empresa pueda producir, ocupa ciertos elementos como: materia prima, mano de obra, un proceso de producción e instalaciones. Sin embargo, lo primero que debe hacer un negocio para comenzar su producción es seleccionar cuál será el producto que planea comercializar.

Producto

Un producto según Alcaraz (2015) es “el resultado final de un proceso de producción es el producto, el cual puede ser un bien o servicio que representa un satisfactor para el consumidor” (p.132).

Los productos son creados para satisfacer las necesidades que poseen los seres humanos. Cada persona es diferente una de la otra, por lo tanto, tiene diferentes tipos de necesidades lo cual indica que existen gran cantidad de tipos de productos. Estos se pueden clasificar en dos grandes ramas según sea la función que vayan a cumplir como: bienes de consumo y servicios.

Bienes de consumo

Los bienes de consumo según Alcaraz (2015) “son productos tangibles que usan los consumidores finales, pueden ser duraderos o perecederos” (p.132). Estos a diferencia de los servicios ofrecen un producto que se puede ver, tocar y da la pertenencia del objeto.

Los bienes son productos comúnmente usados en la vida cotidiana van desde pequeñas cosas como un lapicero usado en el trabajo hasta el automóvil familiar. Existen infinidad de tipos de bienes, todos creados para satisfacer alguna necesidad de las personas.

Los bienes pueden ser perecederos, es decir, que se agotan con su uso como una crema o poseen una fecha límite, como la leche o cumplen su ciclo de vida, como una planta. También existen los que son duraderos como un televisor o una computadora.

Servicios

Los servicios son una clase de producto que según Martínez, Ruiz y Escriva (2014) “no se puede tocar, no se puede transmitir su propiedad ni se puede almacenar” (p.12). Existen muchas clases de estos como los servicios de medicina, abogados, limpieza, seguridad, seguros, telefonía.

Una importante característica a mencionar sobre los servicios es que su producción y consumo se dan durante el mismo periodo de tiempo. Además es relevante mencionar que si el servicio no es consumido cuando se oferta se pierde, lo que le da cierto grado de caducidad.

Productos complementarios

Las empresas muchas veces no solo ofrecen un solo producto, sino que buscan también incluir otros relacionados al mismo para así obtener más ganancias. Esta clase de producto se le conoce como complementario.

Un producto complementario representa aquellos que se deben utilizar con otros para satisfacer alguna necesidad. La relación entre estos productos puede ser alta, es decir, que sin uno no se puede usar el otro, como por ejemplo, las cerraduras y las llaves. Esta clase de producto al igual que todo los demás pasan por un proceso de producción para su desarrollo.

Proceso de producción

El proceso de producción es según Alcaraz (2015) “el conjunto de actividades que se llevan a cabo para fabricar un producto o prestar un servicio. En él se conjuntan la maquinaria, la materia prima y los recursos humanos necesarios para realizar el proceso” (p.134).

Los procesos de producción son definidos por el tipo de producto que se espera obtener y ofrecer al mercado. Por ejemplo, si el producto es un electrodoméstico, su proceso de producción es complejo y requiere conocimientos de la Ingeniería Electrónica; por el contrario, si el producto constituye una planta, su proceso de producción es simple y lo que requiere son conocimientos de las ciencias naturales, que pueden provenir tanto de estudios universitarios, como técnicos o simplemente capacitaciones o experiencias previas.

Para contextualizar el proceso productivo de un vivero es necesario conocer algunos elementos básicos que van desde simples definiciones y descripciones de procesos hasta los requerimientos en materia prima, equipo, infraestructura o instalaciones y mano de obra.

Para iniciar es necesario saber que las plantas se reproducen mediante dos métodos: de forma sexual y de manera asexual.

La reproducción sexual de las plantas según Castro et al (2013) “se efectúa por medio de semillas” (p.29). Esta clase de propagación de las plantas es la más conocida y la que la mayoría de las personas ha practicado alguna vez en sus vidas.

La reproducción asexual según Castro et al (2013) “se define como la reproducción de una planta a partir de una célula, tejido o un órgano (raíces, tallos, ramas, hojas, flores). Cuando se hace multiplicación asexual, se obtiene una planta que es exactamente igual a la madre (un clon)” (p.31).

Las plantas que se reproducen de forma asexual cuentan con diferentes variantes para hacerlo como por medio de bulbos, tubérculos, segmentos o esquejes de la planta con potencialidad de enraizar (estacas de tallos), injertos de segmentos de la planta que se desea propagar sobre tallos de plantas más resistentes y finalmente la micropropagación con tejidos meristemáticos en cultivo in vitro. Esta última suele ser costosa y para su realización es necesario contar con equipo especializado.

Obtención de la semilla, planta madre o tubérculo

La semilla según Vázquez et al (1997) “es el principal órgano reproductivo de la gran mayoría de plantas superiores terrestres y acuáticas” (p.16).

Las semillas para reproducción sexual se obtienen de dos formas mediante la compra a proveedores especializados o la recolección en campo. Los proveedores son “generadores de bienes o servicios que suministran insumos necesarios a la organización” (Benjamín y Fincowsky, 2013, p.37).

En la reproducción asexual se da uso de una planta de la misma especie de la que se planea reproducir para obtener un tallo, órgano o yema. A esta se le conoce como planta madre. Estas al igual que las semillas se recolectan en campo o se adquieren mediante compra.

Preparación del sustrato

El siguiente paso es la escogencia y preparación del sustrato en el cual se reproducirán las plantas tanto de manera sexual como asexual.

Un sustrato según Abad, Noguera y Carrión (2004):

Todo material sólido distinto al suelo *in situ*, natural, de síntesis o residual, mineral u orgánico, que, colocado en un contenedor en forma pura o mezcla permite el anclaje del sistema radicular, desempeñando, por tanto, un papel de soporte para la planta (p.113).

Los sustratos existen en muchas variedades, sin embargo, estos se dividen según su origen en orgánicos e inorgánicos.

Los sustratos orgánicos según, Cruz et al (2013) “se pueden subdividir en: 1. De origen natural (turba o peat moos). 2. De síntesis (espuma de poliuretano, poliestireno expandido). 3. Residuos y subproductos de diferentes actividades, aunque este tipo de material deben ser previamente acondicionados” (p.23). Los sustratos de esta clase más comunes son la turba, aserrín, fibra de coco, cascarilla de arroz, entre otros.

Los sustratos inorgánicos también se subdividen de acuerdo con Cruz et al (2013) en:

1. De origen natural. Se obtienen de rocas o minerales de origen diverso, como por ejemplo: rocas de tipo volcánico, piedra pómez, arena y grava.
2. Materiales transformados o tratados industrialmente.
3. Residuos o subproductos industriales, como las escorias de horno y estériles de carbón (p.23)

El sustrato inorgánico más común es de origen natural y es la arena de río. Para el uso de este material en la reproducción de plantas este debe ser lavado con agua hirviendo o algún agroquímico para eliminar sales u otros residuos.

Reproducción de las plantas

Después de la obtención de las semillas o la planta madre y la escogencia de un sustrato idóneo, el siguiente paso en el proceso de producción del vivero es reproducir las plantas. Las plantas que se reproducen de forma sexual lo hacen por medio de la siembra de sus semillas, mientras que las que lo hacen de forma asexual lo hacen por medio de estacas e injerto.

La siembra consiste en colocar la semilla enterrada en el sustrato. “La semilla debe quedar a una profundidad de 2 o 3 veces su diámetro. No más profundo porque cuando germine, las hojas de los cotiledones deben llegar a la superficie antes de agotar las sustancias de reserva que posee” (Basil y Leanza, 2004, p.2).

Por lo general, la siembra se realiza en un artefacto diseñado para la misma, este cuenta con varios hoyos para colocar las semillas en el sustrato escogido para su reproducción. Estos artefactos se denominan semilleros o en bandejas de germinación, según sea su tamaño.

Con respecto a la reproducción asexual el método por estacas de tallos es el más usado. Estas son utilizadas en especies de fácil enraizamiento, destinadas a cercos vivos, árboles ornamentales y también en algunos frutales. El método de reproducción asexual por medio de estaca según Caballero y Rio (2001) “Consiste en utilizar restos de poda, seleccionando ramas de entre 0,5 hasta más de 5cm de diámetro y de una longitud variable, entre 20 y 30 cm” (p.42). Se pueden hacer estacas durante todo el año y de diferentes partes del tallo. Para esta reproducción se usan otros artefactos que son como bateas y se denominan camas de germinación.

Otro tipo de reproducción asexual es el injerto, según Sourd (2004) es:

Formación de una nueva planta con ciertas características a partir de la unión de partes de plantas que tienen afinidad entre sí. La parte injertada se convertirá en un lapso de tiempo en la copa y la planta sobre la cual fue injerta constituirá el tallo y las raíces que soportan y proporcionaran alimento a la nueva planta para su desarrollo (p.9).

La reproducción asexual por medio de injerto es comúnmente usada en árboles frutales. Los árboles de cítricos como el limón, la naranja, la mandarina, entre otros; son los que más se suelen propagar por este medio para su comercialización.

Monitoreo en los semilleros y bandejas germinadoras

El monitoreo funciona para conocer cuántas semillas germinaron y cuántas no lo lograron, si las estacas lograron el enraizamiento o si la parte injertada de la planta fue aceptada, también es un control para conocer el crecimiento y desarrollo de las plantas que reproduce el vivero. Cuando las plantas lograron un buen crecimiento y desarrollo pasan a la etapa de trasplante.

Trasplante

En un vivero una vez las plantas tengan un buen tamaño en los semilleros o camas de germinación deben ser trasladadas a un envase más grande para que continúen con su crecimiento y desarrollo. La elección del envase puede ser una decisión un tanto compleja; en esta decisión tiene que haber, “un balance a considerar a lo que se refiere a precios, durabilidad, posibilidad de reutilización y protección” (Kitinoja y Kader, 2002, p.76).

Existen diferentes clases de envases para trasplantar las plantas como las macetas y las bolsas de almácigo estas son “de polietileno, color negro, perforadas, y cuyas dimensiones pueden variar dependiendo del tiempo que se tenga planificado tener el vivero” (Gutiérrez y Muñoz, 2010, p.3).

Equipo e instalaciones

Para realizar el proceso de producción de un vivero se debe contar con diferentes factores comúnmente conocidos como factores de producción, estos son “todo lo que se debe utilizar en el proceso de producción” (Pindyck y Rubinfeld, 2011, p. 219).

Entre los factores de producción se encuentran de acuerdo con Alcaraz (2015) las “herramientas e instalaciones necesarias para llevar a cabo la elaboración de productos o prestación de servicios de la empresa” (p.139). Un factor por tomar en cuenta no considerado por el autor es la mano de obra requerida. Cada uno de estos implica un costo para la empresa.

Los costos son según Jiménez (2010) “los desembolsos causados en el proceso de fabricación o por la prestación de un servicio: sueldos y salarios del personal de la planta de producción, materias primas, servicios públicos relacionados con el proceso productivo, etc.” (p.11).

Estos suelen ser comúnmente confundidos con los gastos. Sin embargo, la principal diferencia es que “los costos se relacionan con la función de producción, mientras que los gastos lo hacen con las funciones de venta, administración y financiamiento” (García, 2013, p.11).

Instalaciones

Las instalaciones son el lugar de trabajo de una empresa. Este es “el espacio físico donde se reúnen las personas, equipos, herramientas y materias primas para elaborar un producto” (Alcaraz, 2015, p.147).

Las instalaciones no son solo el lugar físico donde se encuentra la empresa, sino que también es el lugar donde se lleva a cabo el proceso de producción de la empresa. Lo anterior genera que estas tengan que contar con un buen diseño y distribución.

En el caso de estudio al tratarse de analizar la viabilidad de establecer un vivero, hay que tomar en cuenta que las instalaciones de estos negocios cuentan con algunos elementos especiales como el invernadero.

Un invernadero según Villele (1983), citado por Castilla (2007) es:

Una construcción que permite la delimitación de un comportamiento de cultivo, donde el clima difiere del existente al aire libre, debido a las modificaciones que provoca el material de cerramiento en los intercambios entre el suelo, sustrato y la masa vegetal con su entorno. (p.462).

Materia prima

La materia prima según García (2013) “son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como producto terminado” (p.16).

La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto. Las empresas comerciales manejan mercancías, estas son las encargadas de comercializar los productos que las empresas industriales fabrican.

La materia prima debe ser perfectamente identificable y medible, para poder determinar tanto el costo final de producto como su composición.

Mano de obra requerida

La mano de obra requerida, según Alcaraz (2015) “engloba a las personas que forman parte en el proceso de producción o de la prestación de servicio y que contribuyen a la transformación de materia prima en producto” (p.148).

Todas las empresas ocupan contar con personas que ayuden a la producción del producto o a desarrollar el servicio ofrecido. Este personal es un elemento de suma importancia de la empresa debido a quien es el que elabora lo que traerá las ganancias para el negocio.

Estudio de mercado

Todas las personas sin importar su clase tienen necesidades estas son según Kotler et al (2012) “estados de carencia percibida” (p.6). Las empresas tratan de llenar las necesidades de las personas con productos o servicios que les ayuden a satisfacerla.

Las empresas buscan dar satisfacción con sus productos a un mercado de clientes. La satisfacción del cliente “es la percepción que tiene el consumidor individual acerca del desempeño del producto o servicio en relación con sus propias expectativas” (Schiffman et al, 2010, p.11).

Según Kotler et al (2012) un mercado: “es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual puede satisfacer mediante relaciones de intercambio.”(p.7).

Existen gran variedad de mercados todos diferentes entre sí, por lo tanto, todas las empresas buscan ofrecer un producto que logre satisfacer las necesidades de un mercado en específico y así crear una oportunidad de negocio para generar ganancias. Las empresas nuevas deben conocer que existen mercados reales y potenciales para sus bienes o servicios.

Los mercados reales son según Fischer et al (2011) “Personas que normalmente adquieren un producto” (p.58). Estos existen debido a empresas que ofrecen productos de la misma clase del que se planea comercializar desde tiempo atrás.

Los Mercados potenciales son según Fischer et al (2011) “Personas que podrían comprar un producto” (p.58).

Cada mercado posee un tamaño diferente, existen mercados que sobrepasan fronteras así como también los hay en pequeñas zonas. El tamaño del mercado se debe a las dimensiones de mercado, estas son “sus límites tanto desde el punto de vista geográfico como desde el punto de vista de la variedad de productos que le comprende” (Pindyck et al, 2013, p.10).

Para las empresas es importante conocer cómo funciona el mercado al que pertenecen, el tamaño de este, las características de personas dentro de él, los hábitos de estas, las necesidades que poseen, las opiniones acerca de los productos o servicios, lo que hacen las empresas competidoras, entre otras cosas, para determinar si es viable el negocio en el mercado. Esto lo realizan por medio de un estudio de mercado.

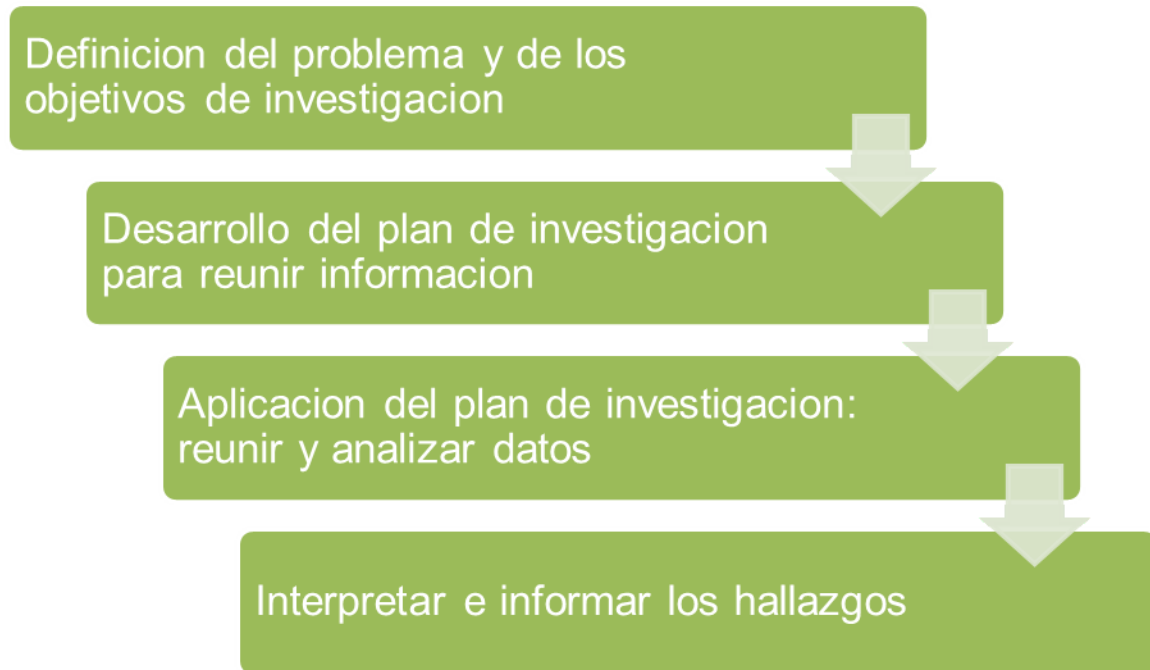
Un estudio de mercado según Kotler y Keller (2016):

Es la función que vincula al consumidor, al cliente y al público con el especialista marketing a través de información que se utiliza para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar acciones de marketing. La investigación de mercados especifica la información requerida para resolver estos temas, diseña el método apropiado para recolectar información, administra e implementa el proceso de recolección de datos, analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones (p.181).

Para los estudios de mercado según Kotler et al (2012) “las pequeñas organizaciones, con presupuesto reducidos, pueden utilizar la recolección de datos secundarios, la observación, las encuestas y los experimentos de manera eficaz” (p.122).

El estudio de mercado cuenta con diferentes etapas según Kotler et al (2012), estas se muestran en la **Figura N°2**.

Figura N°2: Fases del estudio de mercado



Fuente: Kotler y Armstrong, Marketing, 2012.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

Una investigación se define según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p.4). Es decir, en palabras más claras, que una investigación es todas las series de procesos que se llevan a cabo para resolver un problema planteado. La investigación puede tener dos enfoques según sean las variables objeto de estudio, los cuales se definen como cualitativa y cuantitativa. Ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento.

Para la presente investigación se enfoca en el entorno cuantitativo. La investigación cuantitativa según Hernández et al (2014) “utiliza recolección de datos para probar la hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4). La presente investigación pertenece a este enfoque debido a que se hará un análisis de mercado en el cual se medirán sus instrumentos mediante tablas y gráficos. También se identificarán diferentes factores para establecer la viabilidad de un vivero donde se tendrán que realizar cuadros para determinar sus costos, por ejemplo: la materia prima que se utiliza en un negocio de esta clase.

Según Hernández et al (2014) el enfoque cuantitativo cuenta diferentes con características entre las que se pueden mencionar:

- Refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación.
- El investigador o investigadora plantea un problema de estudio delimitado y concreto.
- Considera lo que se ha investigado anteriormente (la revisión de literatura) y construye un marco teórico (la teoría habrá de guiar su estudio).
- La recolección de datos se fundamenta en la medición. (p.5)

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es según Hernández et al (2014) “plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento” (p.128). Dentro de todo proyecto se necesita determinar la estrategia de investigación que se desea realizar para obtener información con fin de resolver el planteamiento del problema. Esto se determina con base en diferentes factores de la investigación como el problema planteado, objetivos, proyecciones, entre otros.

La presente investigación se basa en el diseño paradigma positivista debido a que esta es de enfoque cuantitativo, es empírica, por lo tanto, no sigue el método científico, objetivista debido a que tiene independencia sobre la manera de pensar del investigador; o sea, que los pensamientos de él no afectarán los resultados.

El estudio es de diseño no experimental debido a que según Hernández et al (2014) estos son “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.152). En la presente investigación no se manipularán las variables para ver sus efectos, solo se observará y analizará mediante instrumentos a la población del distrito de San Francisco para conocer si es viable el establecimiento de un vivero en la zona.

Durante el estudio, la recolección de datos se dará solo en un momento dado, por ello se considera de tipo transversal o transeccional. Según Hernández et al (2014) estas son “investigaciones que recopilan datos en un momento único” (p.154). En la presente investigación la recolección de datos se hará mediante el uso de fuentes primarias y secundarias, que tomará un tiempo de un cuatrimestre.

Finalmente el estudio se considera transeccional explorativo debido a que por la posible falta de información sobre estudios de mercado de viveros, hay que aplicar instrumentos, como por ejemplo cuestionarios para conocer los diferentes factores que determinan la viabilidad para luego describirlos más a fondo. “El propósito de los diseños transeccionales exploratorios es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico” (Hernández et al, 2014, p.155).

Muestra de la Investigación

Población

La población objeto del estudio de mercado está compuesta por los vecinos que viven en el distrito de San Francisco de Heredia que tienen edades entre los 30 y 54 años. De acuerdo con el Instituto Nacional de estadística y Censo de Costa Rica las personas entre estas edades son 19774. La población: “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernández, 2014, p.173).

Muestra

Para el estudio de mercado se determina que la muestra es de 68 personas que cuentan con edades entre los 30 y 54 años y residen en el distrito de San Francisco de Heredia. Se llega a este resultado después de la aplicación de la fórmula que se presenta a continuación:

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

- N: es la población (19774).
- K: es una constante que depende del nivel de confianza que se asigne.

K	1, 15	1, 28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

- Para esta investigación se utiliza un nivel de confianza de 90%, por lo tanto, K es igual a 1.65.
- E: es el error maestro. Al usar un nivel de confianza de 90% el porcentaje de error es de 10%.
- P: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Usualmente este dato se suele desconocer, por lo tanto, se suele suponer que es 0,5 la cual constituye la opción más segura.
- Q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, o sea, 1-P por ello es 0,5.

Según Hernández et al (2014) “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán los datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que tiene que ser representativo de la población” (p.173). Es decir, para el caso en investigación, la muestra es un grupo tomado de la población del distrito de San Francisco de Heredia.

Se considera que la muestra debe ser representativa de todo el conjunto de la población en estudio, debe ser heterogénea, dado a que los resultados obtenidos serán una representación en pequeño del fenómeno que ocurre en la población. Cuando se toma la muestra y se aplican los instrumentos, se pueden extender los resultados y conclusiones a la población estudiada en general.

La muestra de la investigación constituye del tipo probabilística debido a que es un “subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (Hernández et al, 2014, p.175).

Variables de la Investigación

Factores

Para la aplicación del primer objetivo es necesario conocer los factores para la viabilidad de un vivero, es decir, que debe tener este negocio para su funcionamiento.

Definición conceptual

Según (RAE, 2016) un factor “es un elemento o causa que actúan junto con otros para producir un resultado”.

Definición operacional

Mediante indagación a expertos y fuentes secundarias en la presente investigación, se busca conocer qué factores son importantes para el establecimiento de un vivero. Estos factores pueden ser de diversas áreas como políticas, administrativas, producción, entre otras que pueden afectar en si es viable o no el establecimiento de un negocio de esta índole.

Definición instrumental

Cuestionario realizado a expertos y a dueños o trabajadores de viveros. Además información de fuentes secundarias.

Elementos

Para la aplicación del segundo objetivo específico es importante conocer acerca de los elementos que tiene un estudio de mercado para así definir cuál va ser la forma correcta para realizarlo y cuales factores son los más importantes.

Definición conceptual

Según (RAE, 2016) un elemento es “una parte constitutiva o integrante de algo”.

Definición operacional

Mediante el cuestionario aplicado a la muestra de vecinos de San Francisco se desarrolla un estudio de mercado con todos sus respectivos elementos para así determinar las percepciones de estos al respecto de la explotación comercial de un vivero en el distrito de San Francisco de Heredia con el fin de determinar si es viable.

Definición instrumental

Estudio de mercado mediante un cuestionario aplicado a las personas que conforman la muestra de la investigación.

Instrumentos utilizados en la investigación

Los instrumentos son todos aquellos medios de forma natural que son usados para obtener y archivar la información requerida para la investigación. Existen dos tipos de instrumentos utilizados en las investigaciones, estos son las entrevistas y cuestionarios.

Para Hernández et al (2014) una entrevista se puede definir como “la reunión para conversar y, a su vez, intercambiar información entre una persona (entrevistador) y una (entrevistado) o varias (entrevistados)” (p.403).

Según Hernández et al (2014) el cuestionario “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (p.217).

Existen dos tipos de preguntas que se pueden aplicar en los cuestionarios de los trabajos de investigación.

- Preguntas abiertas: según Hernández et al (2014) “no delimitan las alternativas de respuestas. Son útiles cuando no hay suficiente información sobre las posibles respuestas de las personas” (p.220).
- Preguntas cerradas: según Hernández et al (2014) “son aquellas que contienen opciones de respuestas previamente delimitadas. Resultan más fáciles de codificar y analizar” (p.217).

En el presente estudio se elaborarán dos cuestionarios estructurados, uno tendrá en su totalidad preguntas cerradas para recolectar información, mientras que el otro hará uso de preguntas cerradas y abiertas. Un cuestionario se le realizará a la muestra de la población del distrito de San Francisco de Heredia. El otro se efectuará a dueños de viveros e informantes claves.

Los cuestionarios llevan una introducción para orientar al colaborador el fin del instrumento que procederá completar esto; para no crear falsas expectativas. En esta introducción se le hablará del propósito general, de la importancia de su participación, el tiempo aproximado por respuesta, la identificación de quien lo aplica, una explicación breve de cómo se procesarán los cuestionarios y una cláusula de confidencialidad del manejo de la información individual y las instrucciones redactadas de forma clara y sencilla, por último, un agradecimiento por su colaboración.

Según Hernández et al (2014) “las preguntas deben estar organizadas para que sea más fácil responder el cuestionario. Es importante asegurarnos de numerar las páginas y preguntas” (p.230). Los cuestionarios de la investigación contarán: uno, con trece preguntas y el otro, con dieciséis preguntas, donde se evaluarán los elementos más importantes para la investigación, no se realizarán preguntas innecesarias para no exceder el tiempo del cuestionario y no se vuelva fatigoso para quienes lo responden.

Proceso para recolección de datos

Según Hernández et al (2014) “recolectar datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (p.198). Según lo mencionado en la cita anterior, para realizar una investigación es necesario contar con un plan con el fin de obtener los datos pertinentes para el estudio. Este plan incluye determinar:

- ¿Cuáles son las fuentes de las que se obtendrán los datos?
- ¿Dónde se localizan tales fuentes?
- ¿A través de que medio se recolectarán los datos?
- ¿De qué forma van a prepararse para que puedan ser analizados?

En la investigación se utilizarán dos fuentes para obtener datos, como lo son las fuentes primarias y las secundarias.

Según Hernández et al (2014) las fuentes primarias “proporcionan datos de primera mano provienen de documentos los cuales incluyen los resultados de estudios correspondientes, algunas fuentes fiables son: libros, antologías, disertaciones, documentos oficiales, artículos periodísticos, etcétera.” (p.66).

Las fuentes primarias para la elaboración de este proyecto contemplan toda la información escrita que se recopile de los cuestionarios aplicados a la muestra en el estudio y las entrevistas a los expertos a lo largo de la presente investigación.

Para Hernández et al (2014) esta clase de fuentes se refiere a los “documentos, listas y resúmenes de referencia relacionadas a un área de estudio en particular. Dicho en otras palabras, reprocesar la información que proviene de documentos como tesis, artículos, libros, periódicos, etc.” (p.66).

Entre las fuentes secundarias utilizadas en esta investigación se pueden mencionar: libros de diferentes autores, que son expertos o conocen el tema y cuyas publicaciones son relevantes para el estudio, también algunas tesis de alumnos que ya culminaron sus estudios de diferentes universidades tanto del ámbito local como del extranjero, páginas de internet relacionadas con el tema y que sean fuentes seguras, reportajes de periódicos nacionales, entre otros.

Método de Análisis de la Investigación

Los datos obtenidos luego de la aplicación de los instrumentos serán procesados de una forma cuantitativa, es decir, que se procesarán mediante tablas y gráficos que se efectuarán mediante el programa de Microsoft Office llamado Excel y la plataforma virtual de Google Formularios.

Toda información obtenida servirá como base para realizar un análisis exhaustivo de los datos y así brindar una respuesta al problema presentado en la investigación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se mostrará el análisis e interpretación de los datos obtenidos, una vez aplicado los instrumentos que sirvieron para la recopilación de la información pertinente para el desarrollo de este proyecto de investigación.

Para el analizar las variables definidas en esta investigación, se desarrollarlo un cuestionario compuesto por dieciocho. Este fue aplicado a 68 personas con edades entre los 30 y 54 años residentes en el distrito de San Francisco de Heredia. Con la información obtenida se logra determinar si en este sector de la provincia de Heredia existen clientes potenciales para el vivero y así conocer si es viable la explotación de un negocio de esta clase en esta zona.

A continuación mediante el uso de tablas y gráficos se muestran los datos obtenidos con el cuestionario.

A los encuestados inicialmente se les preguntó si les gusta tener plantas en sus casas y apartamentos, para así determinar si los vecinos del distrito de San Francisco consideran estas como un elemento importante para sus hogares. Esto es un punto vital para la investigación porque si a una persona le desagrada contar con plantas en sus viviendas difícilmente visitaría un vivero y menos invertiría su dinero en la compra de plantas.

De los 68 encuestados cabe resaltar que 64 respondieron que sí les gusta tener plantas en sus hogares y solamente 4 personas respondieron que no les gusta. Lo que da una perspectiva de que los pobladores del distrito podrían estar en disposición de comprar plantas para sus hogares en el vivero que se planea explotar en la zona. Lo anterior indica la existencia de un mercado potencial para esta clase de productos.

Tabla N°1

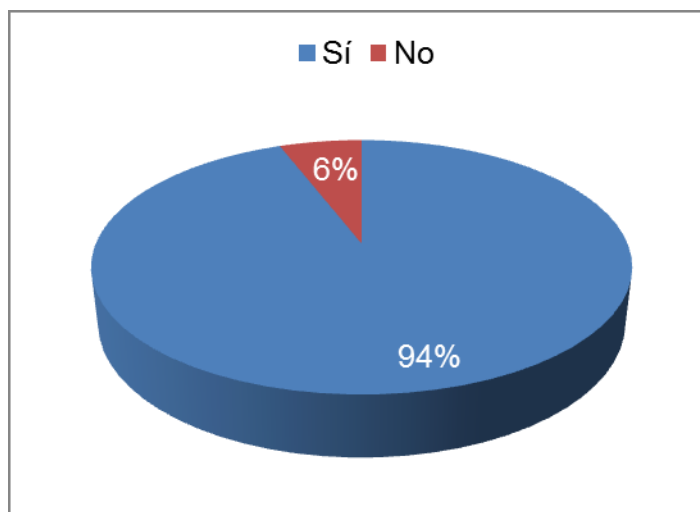
Cantidad de personas que les gusta tener plantas en sus hogares

Respuestas	Número de Personas
Sí	64
No	4
Total	68

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Se puede observar en el gráfico N°1 que un 94% de los encuestados les gusta contar con algún tipo de planta en sus casas o apartamentos, mientras que solo un 6% prefieren no tenerlas.

Gráfico N°1

Porcentajes de personas que les gusta tener plantas en sus hogares

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Para identificar si esta clase de negocio ya era conocido por los vecinos de San Francisco, se les consulto en el instrumento de la investigación, si tienen el conocimiento de que es un vivero. Del total de la muestra, 67 encuestados si saben de qué se trata esta clase de empresa, mientras que solo una persona respondió que no.

Esto demuestra que gran parte de los residentes de San Francisco cuentan con la noción de que es un vivero. Lo cual indica que estas personas posiblemente han visitado esta clase de negocios en el pasado. Esto demuestra que en el mercado de la zona hay clientes potenciales y reales para los productos que ofrece una organización de este tipo.

Tabla N°2

Cantidad de encuestados que saben que es un vivero

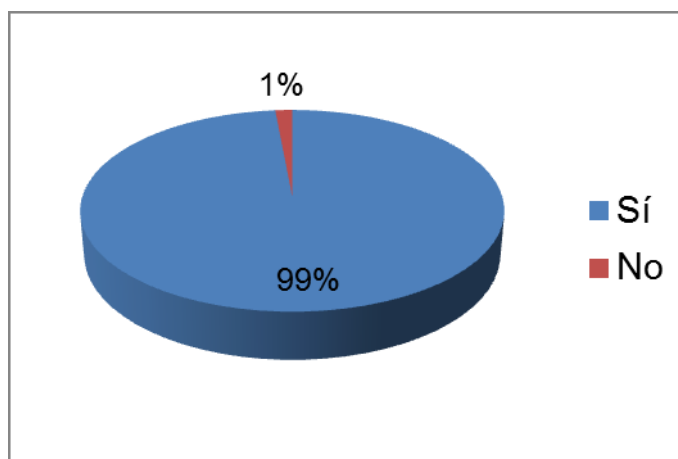
Respuestas	Número de Personas
Sí	67
No	1
Total	68

Fuente: Elaboración propia, 2017.

El gráfico anterior muestra que un 99% de los encuestados sí conocen que es un vivero y un 1% no sabe de qué se trata esta clase de empresa.

Gráfico N°2

Porcentaje de encuestados que conocen que es un vivero



Fuente: Elaboración propia, 2017.

En la siguiente pregunta del cuestionario, a cada participante se le preguntó con qué frecuencia visitan un vivero, a fin de conocer qué tan buscado podría ser un negocio de esta clase por los pobladores del distrito. La premisa fue si una persona nunca visita un vivero lo más seguro no será cliente del que se planea explotar en San Francisco.

Los resultados de esta pregunta indicaron que del total de los 68 participantes, 43 solo visitan un vivero una o dos veces al año, 8 lo visitan mensualmente y 17 nunca van a un negocio de esta clase. Estos reflejan que esta clase de empresa no es usualmente visitada por los vecinos del distrito e incluso hay quienes no les llama la atención ir a un negocio de este tipo. Este comportamiento podría deberse a la ausencia de un vivero cercano, por lo que para abrir este mercado y poder mantenerse él, es necesario hacer uso de herramientas de administración como una buena estrategia y publicidad.

Tabla N°3

Cantidad de personas que visitan un vivero por frecuencias de tiempo

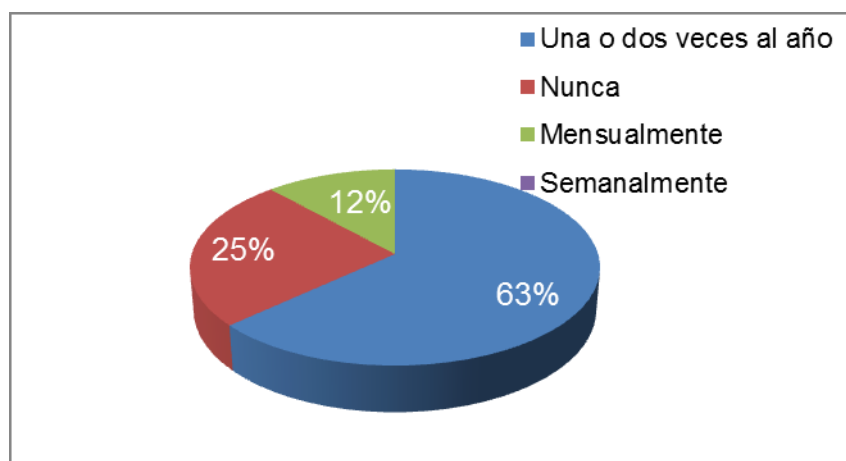
Respuestas	Número de personas
Nunca	17
Una o dos veces al año	43
Mensualmente	8
Semanalmente	0
Total	68

Fuente: Elaboración propia, 2017.

El gráfico siguiente muestra que un 63% de los entrevistados visita un vivero una o dos veces al año, mientras que un 25% de estos nunca visitan un vivero y un 12% visita mensualmente un negocio de esta clase para obtener plantas.

Gráfico N°3

Frecuencias con que visitan vivero los vecinos de San Francisco de Heredia



Fuente: Elaboración propia, 2017.

A los participantes que marcaron en la pregunta anterior que si visitan una empresa de esta clase. Se les consulto en cuál provincia se ubica el vivero que suelen visitar. Esto para determinar si los pobladores del distrito de San Francisco visitan otro vivero en Heredia o se dirigen a otra provincia. La importancia de la pregunta radica en la conocer si los residentes de esta zona visitan estos negocios en zonas cercanas o se desplazan grandes distancias que pueden generar gastos extras para sus bolsillos.

De los 51 participantes que sí visitan viveros, un total de 29 de estos se dirigen a la provincia de Alajuela en busca de un negocio de esta índole, 21 se quedan en la provincia de Heredia y solamente una persona se dirige a San José.

Lo anterior muestra que la mayoría de vecinos de la zona se dirigen a Alajuela para visitar un vivero, lo que les puede costar mayor cantidad de tiempo y dinero. Por lo tanto si se explota un negocio de esta clase en este sector podría satisfacer las necesidades de estas personas sin la obligación de incurrir en un costo extra.

Tabla N°4

Cantidad de encuestados que visitan un vivero según la provincia donde se ubica

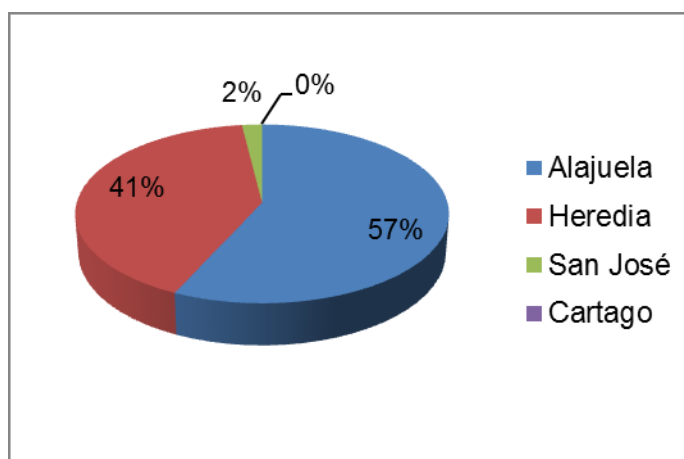
Respuestas	Número de personas
Alajuela	29
Heredia	21
San José	1
Cartago	0
Total	51

Fuente: Elaboración propia, 2017.

El Gráfico N°4 evidencia que un 57% de los entrevistados visita viveros en Alajuela y un 41% viveros en Heredia para comprar sus plantas, mientras que solo un 2% lo hace en San José.

Gráfico N°4

Porcentaje de encuestados según la provincia a la que se dirigen para ir a un vivero



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Un factor importante por tomar en cuenta en esta investigación fue determinar si los pobladores del distrito de San Francisco conocen algún vivero ubicado en la provincia de Heredia. Esto para identificar si los pobladores saben de la existencia de empresas competidoras. Esta pregunta no iba ligada a si visitan estos establecimientos.

De los 68 participantes que respondieron esta pregunta, 46 sí conocen de la existencia de viveros en Heredia y 21 no. Esto demuestra que existe un número importante de personas que desconocen los viveros de Heredia. Lo que representa una buena oportunidad para captar clientes entre los vecinos del distrito. Cabe decir, que una persona no seleccionó ninguna opción de respuesta, por lo que el total de encuestados en esta pregunta suma 67 personas. La omisión de respuesta podrá deberse a un error involuntario del encuestado.

Sin embargo es importante visualizar que 46 de los participantes si conocen de la existencia de viveros en Heredia pero según las respuestas de la pregunta anterior únicamente 21 los visitan. Esto se puede deber a que estas empresas no satisfacen sus necesidades.

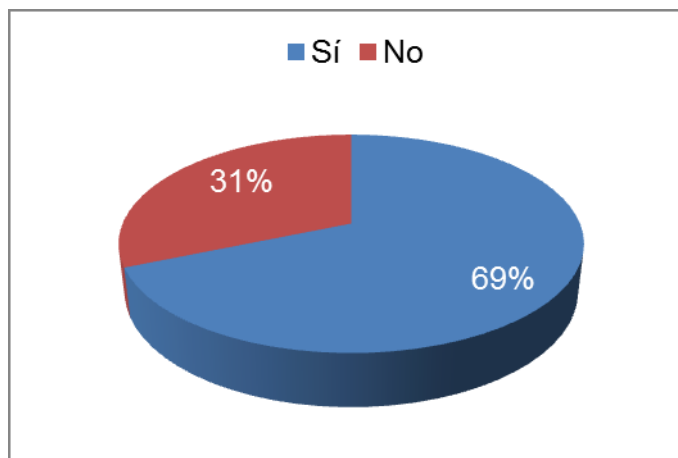
Tabla N°5
Cantidad de personas que conocen un vivero en Heredia

Respuestas	Número de Personas
Sí	46
No	21
Total	67

Fuente: Elaboración propia, 2017.

El Gráfico N°5 muestra que un 69% de los participantes de la encuesta sí tienen el conocimiento de la existencia de viveros en la provincia de Heredia y un 31% no conocen establecimientos de esta clase en la provincia herediana.

Gráfico N°5

Porcentaje de personas que conocen de la existencia de viveros en Heredia

Fuente: Elaboración propia, 2017.

En el cuestionario se les preguntó a los participantes en cuáles cantones de la provincia de Heredia conocen de la existencia de viveros. Esta pregunta está relacionada con la anterior y ayuda a determinar cuál de las empresas de la competencia mencionadas anteriormente en la investigación es más conocida por los habitantes del distrito San Francisco y que a futuro podrá convertirse en uno de los principales competidores.

Esta pregunta fue contestada por las mismas 46 personas que respondieron que sí conocían un vivero en la provincia de Heredia y se les dio la opción de seleccionar dos cantones por si alguno de estos conocía de la existencia de más de un vivero.

En las respuestas se puede observar que 15 personas seleccionaron el vivero ubicado en el cantón de San Joaquín. En él se ubica el Vivero Decojardines, el cual fue visitado en el transcurso de la presente investigación y se encontró cerrado y en estado de abandono por razones desconocidas. Un factor que puede ocasionar que este vivero sea el más conocido por los encuestados es su buena ubicación en la vía que comunica las provincias de Alajuela y Heredia. El cierre de este negocio puede convertirse en una oportunidad debido a que era de los más cercanos al distrito de San Francisco.

Después del cantón de San Joaquín, los encuestados reportan como más conocidos los viveros ubicados en el cantón de Heredia y Belén, ambos con 11 respuestas a favor. Indica que la cercanía es un factor determinante e importante por considerar en la promoción de este mercado.

El vivero ubicado en el cantón de Heredia actualmente es el de la Escuela de Ciencias Ambientales de la Universidad Nacional. Este es un vivero forestal, por lo tanto, no ofrece especies florales y otros tipos de ornamentales, no representando competencia en este tipo de productos. Los viveros en Belén sí ofrecen este tipo de plantas y podrían ser una competencia importante porque en especial el vivero Las Orquídeas en La Asunción de Belén, posee una mayor estructura, un local bastante amplio, buena oferta de productos y ubicación, puesto que está en la vía de entrada a Belén.

Tabla N°6

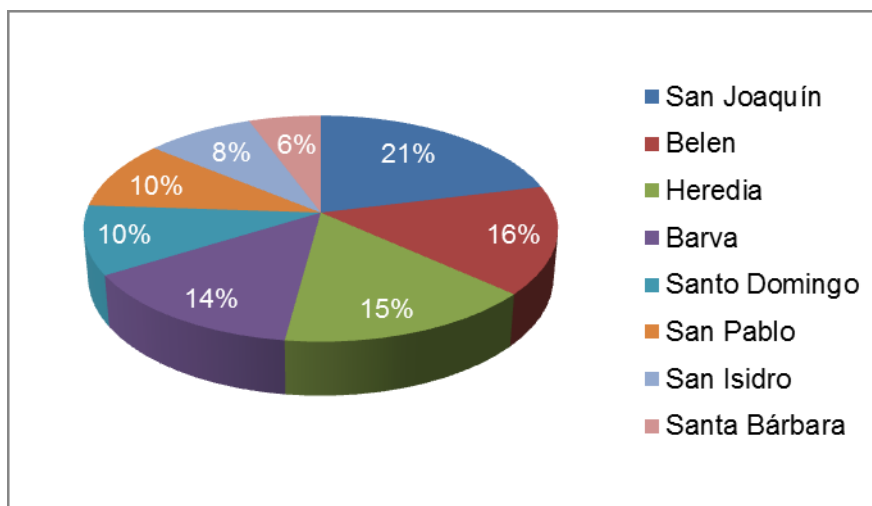
Número de personas que conocen un vivero según el cantón donde este se ubica

Respuestas	Número de personas
Santa Bárbara	4
San Joaquín	15
Barva	10
Belén	11
Heredia	11
Santo Domingo	7
San Isidro	6
San Pablo	7

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Gráfico N°6

Porcentajes de personas según el cantón de Heredia donde conocen un vivero



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Un elemento primordial para la presente investigación fue determinar si los vecinos de San Francisco de Heredia visitarían un vivero en su distrito, con el fin de identificar una posible clientela potencial para este negocio en la zona.

Esta pregunta fue respondida por el total de los encuestados. De estos participantes 60 marcaron que sí visitarían un vivero en el distrito de San Francisco de Heredia, mientras que solo 8 personas seleccionaron la opción de que no lo harían. Lo anterior indica que en esta zona existe gran cantidad de clientes potenciales para un vivero lo cual es favorable para explotar este mercado debido a que posiblemente se convertirían en clientes reales de la empresa.

Tabla N°7

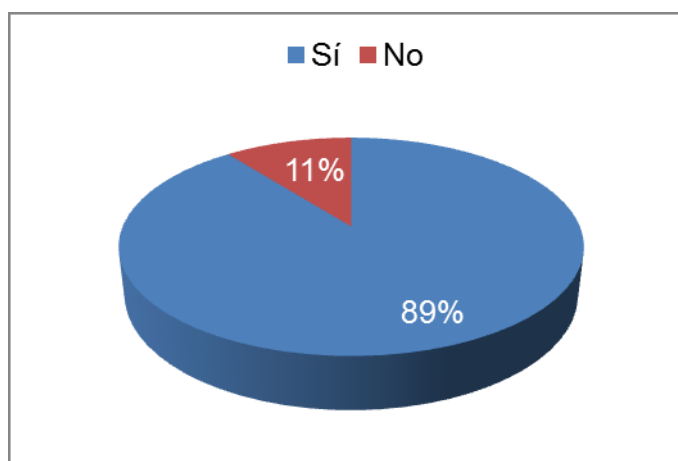
Cantidad de personas que visitarían un vivero en San Francisco

Respuestas	Número de Personas
Sí	60
No	8
Total	68

Fuente: Elaboración propia, 2017.

El Gráfico N°7 evidencia que un 89% de los encuestados sí visitarían un vivero en San Francisco. A su vez, también demuestra que un 11% de los participantes no visitarían el negocio.

Gráfico N°7
Porcentaje de personas que visitarían un vivero en San Francisco



Fuente: Elaboración propia, 2017.

El conocer los productos que más buscan los pobladores de San Francisco en un vivero es de suma importancia. Esto porque ayuda a identificar las necesidades las cuales podrían ser satisfechas si se ofrecieran en un negocio en las cercanías de sus hogares. En la presente investigación se le consultó a los encuestados sobre el tipo de plantas que buscan ellos en un vivero. Se debe aclarar que en esta pregunta los encuestados podían seleccionar dos opciones.

Las respuestas muestran que 53 de los encuestados buscan plantas florales; esto refleja que para los vecinos del distrito de San Francisco que representan un elemento llamativo para embellecer sus hogares y las flores por su gran variedad de formas y colores cumplen con el carácter estético. También se observa que 21 de los participantes buscan árboles; 19 plantas medicinales; 17 arbustos; 10 cactus y un 8 se dirigen a estos negocios en busca de palmeras.

Lo anterior indica que para aumentar el valor de un negocio de esta clase en esta zona se debe contar con plantas florales debido a que son las más buscadas, además también se pueden

ofrecer árboles, plantas medicinales y arbustos, debido a que posiblemente tendrían una buena aceptación por los posibles clientes.

Tabla N°8

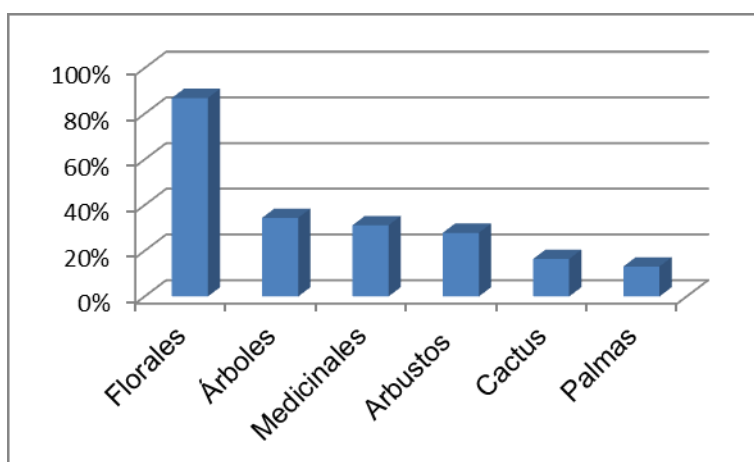
Tipo de plantas más buscada en un vivero por los vecinos de San Francisco

Respuestas	Número de personas
Florales	53
Medicinales	19
Arbustos	17
Árboles	21
Cactus	10
Palmas	8

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Gráfico N°8

Porcentajes según los tipos de plantas más buscados en un vivero por los vecinos de San Francisco



Fuente: Elaboración propia, 2017.

A los encuestados que respondieron en la pregunta anterior que el tipo plantas que buscan en un vivero, son árboles. Se les consultó qué tipo de árbol es el que buscan entre frutales, ornamentales o maderables. Esto para determinar la clase más solicitada y así conocer cuáles son los que llenarían más las expectativas y les darían mayor satisfacción a los posibles clientes.

De los 21 encuestados que respondieron esta pregunta, 15 seleccionaron la opción de árboles frutales mientras que 6 marcaron la de árboles ornamentales. Lo anterior demuestra que a los pobladores de la zona, les interesa el valor agregado que ofrece contar con un árbol que da frutos porque estos pueden ser aprovechados en su alimentación.

En esta pregunta también se encontraba una tercera opción de respuesta que era la de árboles maderables. Sin embargo, esta no fue seleccionada por ninguno de los participantes. Por lo tanto en un vivero en esta zona esta clase de árbol no podría ser comercializado debido a que no es del interés de los posibles clientes.

Tabla N°9

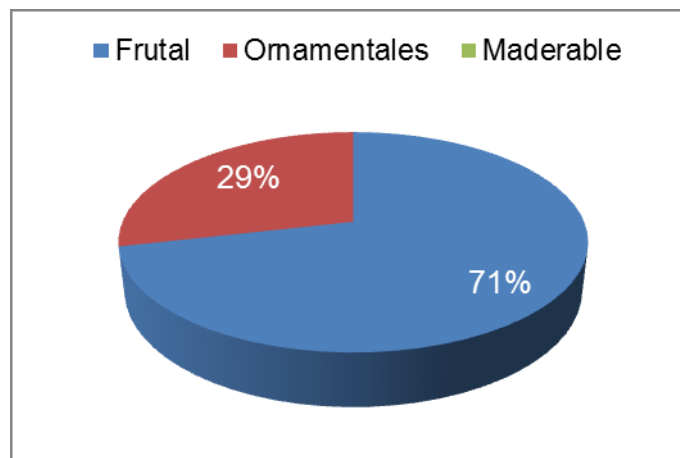
Tipo de árbol más buscado en un vivero

Respuesta	Número de Personas
Frutal	15
Ornamentales	6
Maderable	0
Total	21

Fuente: Elaboración propia, 2017.

El gráfico N°9 muestra que un vivero en San Francisco podría contar con árboles frutales y ornamentales, debido a que un 71% de los participantes del cuestionario marcaron que buscan especies frutales y un 29% gustan de los de ornamenta.

Gráfico N°9
Porcentajes según el tipo de árbol más buscado en un vivero



Fuente: Elaboración propia, 2017.

En la siguiente pregunta, se les consulto a los participantes del cuestionario qué precio estarían dispuestos a pagar por una planta floral, esto por ser las más comunes entre los ornamentales. Estos precios se ubicaron en rangos para que no tuvieran que seleccionar un monto exacto. Esta pregunta ayuda a determinar cuál es la capacidad y disponibilidad de pago de los vecinos de la zona por un producto de esta clase.

Los rangos de precios que se usaron para esta pregunta fueron de ¢400 a ¢800 los cuales serían los más bajos, entre los ¢900 a los ¢1200, entre los ¢1300 a los ¢2500 y por último, precios superiores a los ¢2500.

El gráfico N°10 muestra que un 39% de los encuestados estarían dispuestos a pagar precios entre los ¢1300 y ¢2500. Además que un 22% de las personas pagarían precios entre ¢900 y ¢1200, también que un 20% de pagaría precios superiores a los ¢2500 y un 19% pagaría precios entre los ¢400 y ¢800.

Lo anterior demuestra que los vecinos del distrito de San Francisco de Heredia no son muy sensibles a los altos precios, por lo tanto, en el vivero se podrían comercializar algunas plantas florales como las orquídeas que suelen tener valores un tanto elevados. El gráfico también se muestra que a la hora de comprar una planta, los precios bajos para estos pobladores no son determinantes.

Tabla N°10

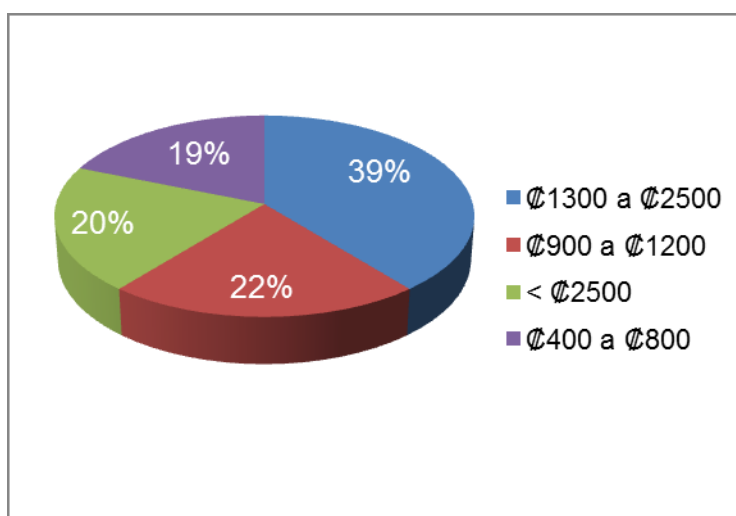
Precios que están dispuestos a pagar los vecinos de San Francisco por una planta floral

Respuestas	Número de personas
De ¢400 a ¢800	13
¢900 a ¢1200	15
¢1300 a ¢2500	27
Más de ¢2500	14

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Gráfico N° 10

Porcentajes según el rango de precio seleccionado de plantas florales



Fuente: Elaboración propia, 2017.

En los viveros no solo se ofrecen plantas, sino que también se ofrecen varios productos complementarios para las plantas. Por lo tanto, a los encuestados se les preguntó qué otros de los productos se deben vender en un vivero. Para así determinar la clase de productos complementarios buscan los vecinos de San Francisco en una empresa de esta clase. Es importante tomar en cuenta que la pregunta era de selección múltiple.

Los resultados de esta pregunta fueron que 24 personas consideran que en un vivero se deben ofrecer instrumentos de jardín, 18 que deben haber decoraciones para el jardín, 43 eligieron los abonos, 6 respondieron que comida, 29 consideran las macetas como un elemento importante por comercializar en un vivero, 15 de los participantes seleccionaron piedras decorativas y 28 semillas.

Esta pregunta demuestra que el producto complementario considerado por los vecinos del distrito de San Francisco como principal, son los abonos. Sin embargo, también hubo productos que fueron bastante seleccionados como las macetas, semillas y los instrumentos de jardín. Por lo tanto, esto indica que también podrían ser comercializados en un vivero en este sector sin ningún problema. Contar con estos productos le daría más valor a un negocio de esta clase en la zona.

Tabla N°11

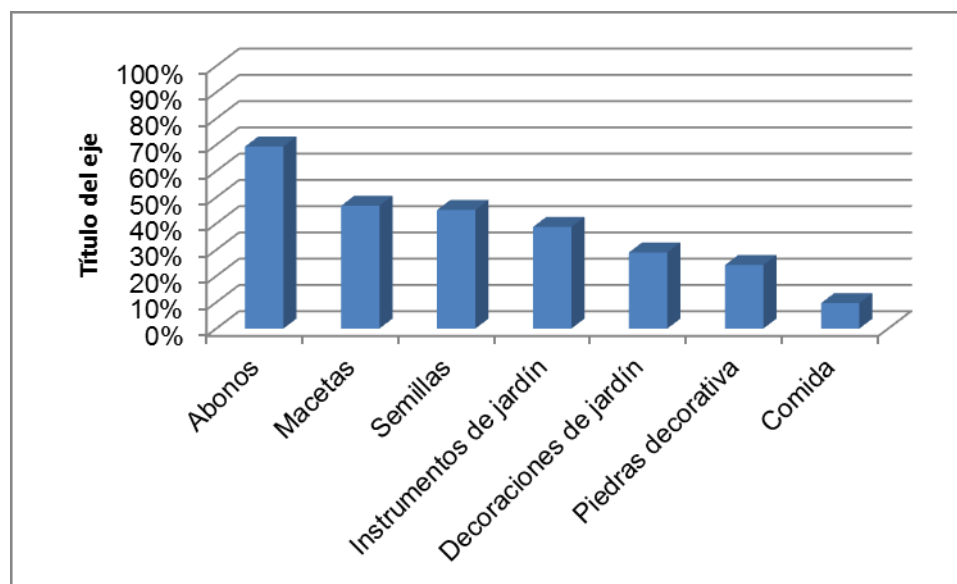
Productos complementarios que deben ser vendidos en un vivero según los residentes de San Francisco

Respuestas	Número de personas
Instrumentos de jardín	24
Decoraciones de jardín	18
Abonos	43
Comida	6
Macetas	29
Piedras decorativas	15
Semillas	28

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Gráfico N°11

Porcentajes según los productos complementarios que deben ser vendidos en un vivero según los residentes de San Francisco



Fuente: Elaboración propia, 2017.

A los participantes se les preguntó qué factores son los que más les molestan cuando visitan un vivero, con el fin de conocer las situaciones que generan desagradados que deben ser tomadas en consideración para explotar un negocio de esta clase, para así corregirlas y darle una buena propuesta de valor a los posibles clientes y a que a la vez ayudaría a futuro con la retención de clientes.

Entre los factores que se tomaron en consideración en esta pregunta están el mal servicio al cliente, malos olores, locales sucios, la falta de parqueo y las plantas sin marcar con el nombre y precio.

Las respuestas obtenidas se encuentran en el gráfico N°12 donde se indica que un 50% de los encuestados manifestaron molestia por la falta de etiquetas en las plantas con su nombre y precio, un 40% considera que el mal servicio al cliente es molesto, a un 2% le desagrada un local

sucio, a un 6% no le agrada el hecho que no haya parqueo en un vivero y a un 2% les molestan los malos olores en estos negocios.

Como se observa, los factores que generan más molestia a los residentes de San Francisco de Heredia son las plantas mal marcadas y el mal servicio al cliente. Estos dos elementos sumados representan un 90% de los encuestados. Lo anterior nos indica que para poder ofrecerles más valor a los posibles clientes en esta zona, estos factores deben ser corregidos.

Tabla N°12

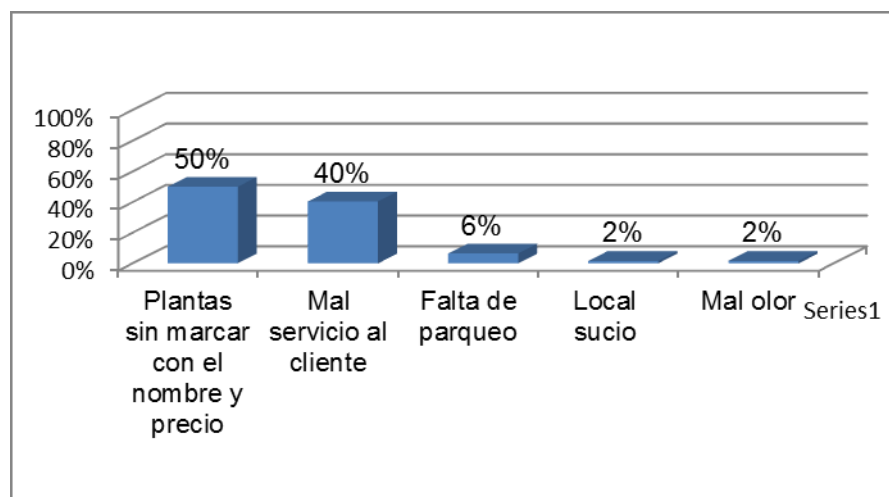
Factores que más molestan en un vivero de acuerdo con los residentes de San Francisco

Respuestas	Número de personas
Plantas sin marcar con el nombre y precio	31
Mal servicio al cliente	25
Falta de parqueo	4
Local sucio	1
Mal olor	1

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Gráfico N°12

Porcentajes según los factores que más molestan en un vivero de acuerdo con los residentes de San Francisco



Fuente: Elaboración propia, 2017.

En el cuestionario se le consultó a los encuestados si estarían dispuestos a pagar para que alguien diseñara y elaborara su jardín, con el fin de averiguar si un servicio de esta clase ofrecido por un vivero contaría con posibles clientes en esta zona de Heredia.

Esta pregunta fue respondida por 68 personas. De estas 54 participantes indicaron que sí pagarían por un servicio de esta clase y 14 que no lo harían. Ello demuestra que una mayoría de los pobladores del distrito de San Francisco podría estar de acuerdo en pagar un servicio de esta clase para sus hogares. Lo que indica la existencia de posibles clientes.

Tabla N°13

Cantidad de personas que pagarían un servicio de diseño y elaboración de jardines

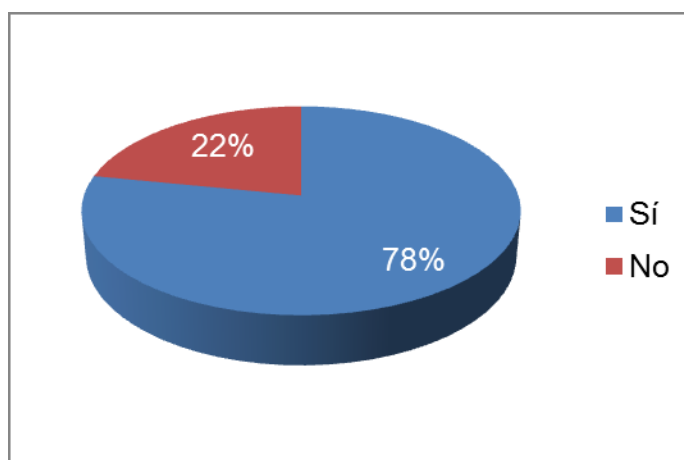
Respuestas	Número de Personas
Sí	54
No	14
Total	68

Fuente: Elaboración propia, 2017.

El Gráfico N°13 muestra que un 78% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un servicio de diseño y elaboración de jardines y un 22% de los participantes no pagaría este servicio.

Gráfico N°13

Porcentajes de personas según su disposición a pagar un servicio de diseño y elaboración de jardines



Fuente: Elaboración propia, 2017.

En la pregunta posterior, se les preguntó a los participantes del cuestionario qué día de la semana visitarían un vivero. Esto para determinar los días los sería más frecuentado un negocio de esta clase en la zona de San Francisco de Heredia. A la misma vez esta pregunta ayuda a determinar cuál podría ser el posible horario.

Las respuestas de esta pregunta se muestran en gráfico N°14, en este se observa que los encuestados solo visitarían un vivero cuatro días en la semana. Siendo los días más frecuentados los domingo con 54% de los encuestados y los sábados con un 38%. Lo que muestra que esta clase de negocio recibe mayor cantidad de clientes los fines de semana. Solo un 6% de los encuestados indicó que visitarían un vivero un miércoles y un 2% que lo harían un jueves. Por lo tanto se podría considerar que un negocio de esta clase podría contar con un horario de miércoles a domingo.

Tabla N°14

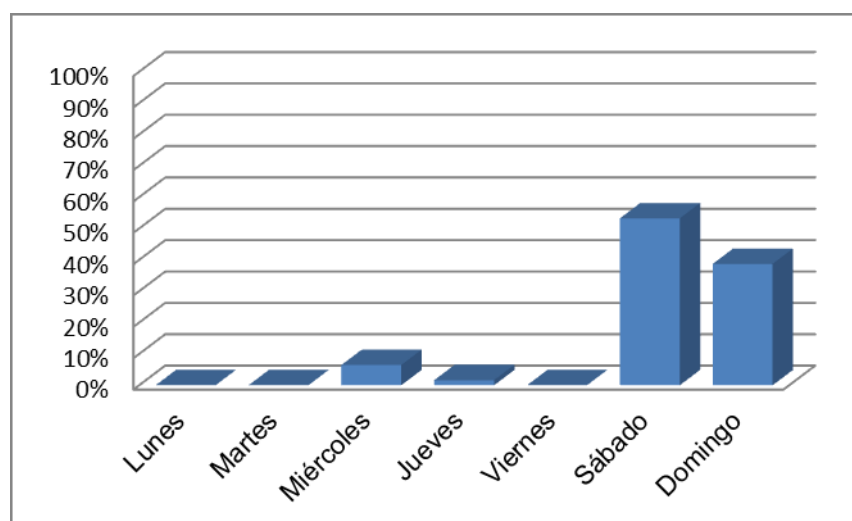
Cantidad de personas según el día en el que visitarían un vivero

Respuestas	Número de personas
Lunes	0
Martes	0
Miércoles	4
Jueves	1
Viernes	0
Sábado	33
Domingo	24

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Gráfico N°14

Porcentajes de personas según el día en el que se visitarían un vivero



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Esta pregunta al igual que las tres siguientes es para obtener características acerca de los posibles clientes del distrito San Francisco. A los participantes de la encuesta se les pregunto su estado laboral.

Del total de los 68 encuestados, 44 laboran y 24 se encuentran desempleados. Esto indica que la gran mayoría de participantes de la encuesta forman parte de la fuerza laboral del país y disponen de ingresos para ser futuros compradores.

Tabla N°15

Cantidad de los encuestados que laboran

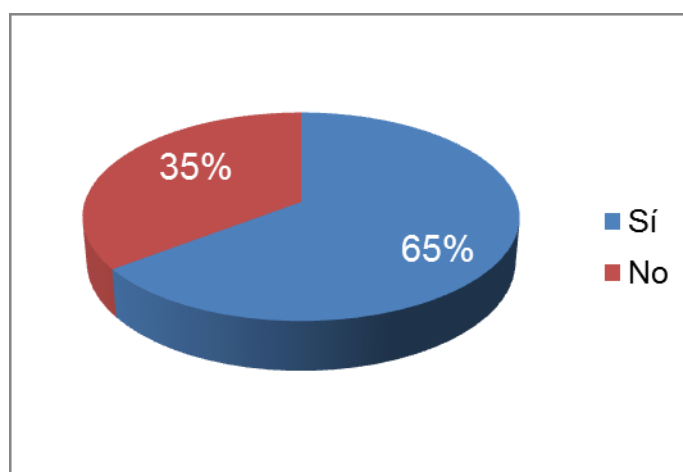
Respuestas	Número de personas
Sí	44
No	24
Total	68

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Sin embargo, el gráfico N°15 también evidencia un alto porcentaje de desempleados importantes por conocer para mejorar su potencial de cliente. Podrían ser amas de casa, estudiantes o pensionados y dependiendo de estas características, se valoran.

Gráfico N°15

Porcentaje de encuestados que laboran



Fuente: Elaboración propia, 2017.

A los encuestados se les preguntó su sexo para conocer las características de las personas que completaron el cuestionario. Del total de 68 participantes, 38 son mujeres y 30 hombres. Esto cumple con las características demográficas del distrito de San Francisco y del Cantón de Heredia, donde hay mayor población femenina.

Tabla N°16

Cantidad de encuestados según su género

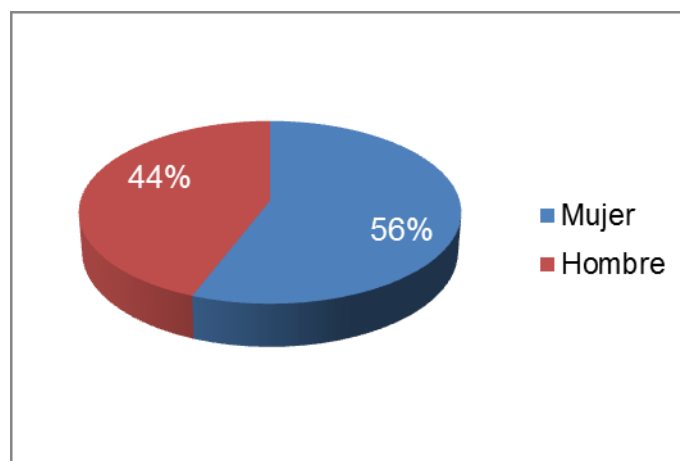
Respuesta	Número de personas
Hombre	30
Mujer	38
Total	68

Fuente: Elaboración propia, 2017.

De acuerdo con el gráfico N°16 un 56% de los encuestados son mujeres y un 44% son hombres. Este dato debe ser considerado para las campañas publicitarias y las estrategias de atención al cliente del vivero San Francisco.

Gráfico N°16

Porcentaje según el sexo de los encuestados



Fuente: Elaboración propia, 2017.

A los encuestados se les preguntó su nivel educativo para determinar con qué clase de personas se trata respecto a escolaridad en el distrito de San Francisco. Del total de los 68 participantes, 41 cuentan con un grado académico, 20 poseen la secundaria completa y 7 tiene primaria completa. Esto también direcciona las campañas publicitarias del vivero.

Tabla N°17

Cantidad de encuestados según su nivel educativo

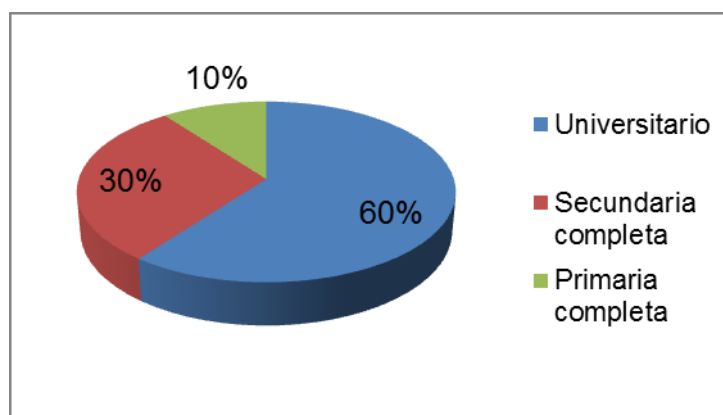
Respuesta	Número de personas
Universitario	41
Secundaria completa	20
Primaria completa	7
Total	68

Fuente: Elaboración propia, 2017.

En el gráfico N°17 se observa que un 60% de los encuestados tienen un grado universitario, 30% tienen secundaria completa y 10% terminaron la primaria. Lo anterior demuestra que la mayoría de residentes del distrito de San Francisco terminaron algún grado académico en la universidad, por tanto, son gente educada y con algún grado de conciencia sobre la importancia de las plantas y el medio ambiente.

Gráfico N°17

Nivel educativo de los encuestados



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Por último se les consultó a los encuestados su estado civil, para obtener más características de los pobladores del distrito de San Francisco de Heredia que pudieran ser de utilidad para su atracción como clientes potenciales. Los encuestados respondieron que 30 estaban solteros, 26 son casados, 10 se encuentran en una unión libre y 2 son viudos.

Tabla N°18

Cantidad de encuestados según su estado civil

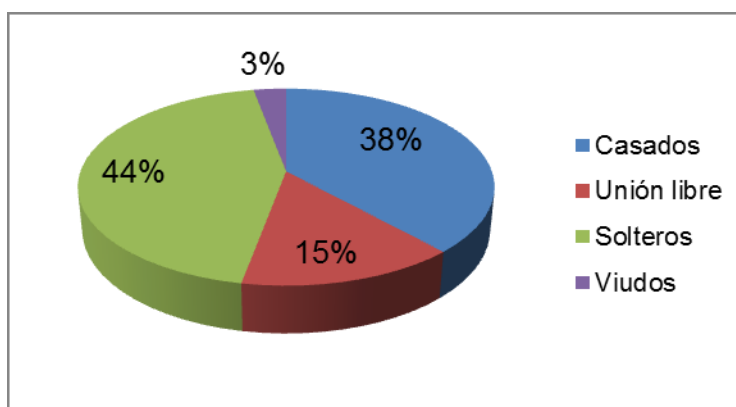
Respuesta	Número de personas
Casados	26
Unión libre	10
Solteros	30
Viudos	2
Total	68

Fuente: Elaboración propia, 2017.

De acuerdo con el gráfico N°18, un 53% de los encuestados se encuentran en algún tipo de convivencia en pareja, ya sean casados o en unión libre y un 47% se encuentran sin pareja permanente.

Gráfico N°18

Porcentaje de encuestados según su estado civil



Fuente: Elaboración propia, 2017.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez analizados los resultados obtenidos a través de la aplicación del instrumento de investigación, se procede a realizar las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación, así como los campos de acción posteriores al análisis de la información.

Objetivo específico I:

- Identificar los factores legales, productivos y administrativos para la viabilidad del establecimiento de un vivero.

Conclusión

Se concluye que la explotación de un vivero en el distrito de San Francisco es viable, como consecuencia de que los trámites legales para el establecimiento del negocio son los básicos y no se deben tramitar permisos especiales, lo que puede significar más costos y tiempo de espera. Además de que las materias primas para un vivero son muy básicas y su obtención es factible y a un costo accesible. Así mismo, la mano de obra para el establecimiento de estos negocios es poca. También la administración necesaria para una empresa de esta clase es la básica. Sin embargo, debe ser bien desarrollada para poder sobresalir en el mercado.

Recomendaciones

- Se recomienda la inscripción del negocio bajo la figura legal de persona jurídica por medio de una sociedad de responsabilidad limitada para salvaguardar la propiedad del dueño, pagar menor porcentaje de impuestos sobre la renta y para no tener que incurrir en costos de junta directiva como si se aplica en la sociedad anónima.
- Se recomienda la elaboración de un plan estratégico bien planteado para darle una dirección a seguir a la empresa y contar con buenas bases administrativas que vuelvan el negocio un fuerte rival para los demás viveros de la zona.

- Elaborar una estrategia genérica de diferenciación debido a que el mercado es amplio por lo tanto es necesario que el negocio busque la manera de sobresalir ofreciendo algún elemento distintivo. En este caso se recomienda ofrecer un servicio especializado y de alta calidad que dote a los clientes de información sobre el correcto cuidado y las características de las plantas. Para esto importante incluir folletos para los clientes sobre las especies comercializadas en el negocio. También incluir una sección de plantas de origen nativas que son poco comercializadas por los viveros.
- Aplicar una estructura organizacional simple debido a que esta clase de negocios no cuentan con gran cantidad de personal y no es necesario trabajos especializados.
- Desarrollar perfiles de puesto donde se indique los tramos de control, las tareas a desarrollar, los conocimientos y aptitudes, para que los colaboradores conozcan lo que deben cumplir y además estos facilitaran el proceso de selección de personal a futuro.
- Se recomienda producir parte de las plantas en el vivero debido a que el proceso es sencillo y el equipo necesario es de fácil obtención y no es para nada sofisticado. Esto para reducir los costos.
- Contar con un invernadero para que la producción de las plantas se realice de la mejor manera, es importante analizar nuevas opciones en el mercado de estos y buscar uno de alta calidad a bajo costo.

Objetivo específico II:

- Examinar los elementos en el estudio de mercado necesarios para la explotación de un vivero en el distrito de San Francisco de Heredia.

Conclusión

Se concluye que un vivero en el distrito de San Francisco de Heredia tendría buena aceptación por los vecinos de la zona lo cual vuelve viable su establecimiento. Esto porque se destacó que a la gran mayoría de los pobladores de la comunidad sí gustan de contar con plantas en sus hogares. Además, mencionaron que sí visitarían un vivero en el sector, sobre todo en los días sábado o domingo.

No obstante, se identificó que estas personas no visitan frecuentemente un vivero, sino que lo hacen solo una o dos veces en un año y un porcentaje importante de ellos lo hace en la provincia de Alajuela, a pesar de que conocen la existencia de esta clase de negocios en los cantones pertenecientes a Heredia.

Se comprobó que el mal servicio al cliente y la mala rotulación de las plantas con nombre, precio y otros datos son los factores que les generan mayor molestia a los posibles clientes del vivero que se planea explotar en el distrito de San Francisco de Heredia.

Se comprobó que los vecinos de San Francisco de Heredia identifican como producto principal de un vivero las plantas florales y los árboles frutales; también se determinó que su disponibilidad pago por estos productos no está inclinada hacia los precios más bajos. Así mismo, los vecinos de la zona muestran anuencia a adquirir productos complementarios y el servicio de diseño y elaboración de jardines.

Recomendaciones

- Se recomienda publicitar el vivero por medio de la red social Facebook para así darse a conocer con los vecinos de la zona de San Francisco de Heredia y lugares aledaños. El uso de este medio debido a los bajos costos que ofrece.
- Realizar estrategias para poder captar a las personas de la zona que se dirigen a los viveros ubicados en otras provincias. Por ejemplo: desarrollando donaciones de plantas a la comunidad para poder crear relaciones con los residentes.
- Ofrecer gran variedad de plantas florales debido a que es el producto que más buscan los residentes del distrito de San Francisco y posiblemente se convertiría en el producto más vendido del negocio. Es importante mencionar que no se demostró sensibilidad a los precios por lo tanto se podrían vender plantas de mayor valor como orquídeas.
- Dar un excelente servicio al cliente y mantener siempre las plantas marcadas para no generar molestias que puedan ocasionar pérdida de clientes.
- Se recomienda comercializar productos complementarios como abonos, macetas, semillas e instrumentos de jardín debido a que se identificó que pueden ser elementos solicitados en el negocio y contar con estos aumentaría las ganancias y le generaría mayor satisfacción a los clientes.
- Implementar un horario de miércoles a domingo debido a que el estudio demostró que los posibles clientes de la zona no visitarían un vivero los días lunes o martes.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

De acuerdo con la información obtenida a través de la aplicación de los instrumentos en este proyecto de investigación, se comprueba que la explotación de un vivero en San Francisco de Heredia sería viable, ya que los factores para su establecimiento son accesibles y una cantidad aceptable de personas, estaría dispuesta a visitar el negocio para adquirir plantas y otros servicios.

Por lo anterior, este proyecto de investigación realiza una propuesta enfocada en definir las características bajo las cuales se establecerá el vivero, así como la planeación, organización y producción del negocio.

Nombre del vivero

El nombre propuesto para el negocio es Vivero San Francisco S.R.L. La decisión de este nombre se debe a que el mismo hace referencia al objetivo del negocio y al nombre del distrito donde se ubica. Además es un nombre claro que evita confusiones y no se encuentra registrado en la base de datos del Registro de Propiedad Intelectual.

Isólogo

El Vivero San Francisco usará el isólogo mostrado en la Figura N°3. Este es representado con una planta creciendo en una mano todo en color verde. La elección del isólogo se debe a que representa el poder que tienen los seres humanos para ayudar al medio ambiente.

Figura N°3
Isólogo del Vivero San Francisco.



Fuente: Elaborado por Estefanía Guevara Bravo, Bach. Diseño Publicitario, 2016

Inscripción del negocio

Como se observó en el instrumento desarrollado por los dueños y trabajadores de viveros de la provincia de Heredia. Para una empresa de esta clase se debe desarrollar el trámite normal de inscripción. Este consta de varios pasos como: la obtención del certificado del uso de suelo, inscripción en la Caja del Seguro Social, en el Instituto Nacional De Seguros y a la Dirección General de Tributación, el permiso sanitario de funcionamiento del Ministerio de Salud, registro de la marca y la patente municipal.

De acuerdo a las regulaciones vigentes sobre uso del suelo, en la Municipalidad de Heredia, no hay ninguna prohibición estipulada para la explotación de un vivero en el distrito de San Francisco, ni tampoco se debe cumplir con requisitos especiales como los solicitados para parques y otros negocios.

La propiedad en la cual se proyecta el establecimiento del vivero cuenta con su plano catastrado (H-101269-93) y se encuentra inscrita en el Registro Nacional de la Propiedad en la base de datos concerniente a Bienes Inmuebles (Folio Real 138-505-000). Además la propiedad

está al día con el pago de todos los impuestos municipales. Por tanto, es totalmente viable la obtención del permiso de uso del suelo.

El Vivero San Francisco se inscribirá bajo la figura legal de persona jurídica por medio de una sociedad de responsabilidad limitada, para salvaguardar la propiedad del dueño de la empresa y por las características de pago de impuesto sobre la renta, que son las que más favorecen al emprendedor. En Costa Rica para inscribir una persona jurídica de esta clase el mínimo es de dos personas, que en el negocio del vivero serían el emprendedor y su padre, por tratarse de una empresa que tendría sus inicios en el marco de la familia, a fin de reducir gastos de mano de obra, mientras se establece en el mercado.

Debido a que el vivero trabajará bajo la figura legal de persona jurídica para la inscripción a tributación debe presentar: la Cédula Jurídica, en original y fotocopia simple; o bien, una fotocopia certificada por un notario público, adicional a esto también se tiene que presentar la Certificación de personería jurídica, emitida por el Registro Público o por un notario público, con una antigüedad no mayor a los 3 meses contados a partir de su expedición, la Cédula de identidad del representante legal, en original y fotocopia simple, o una fotocopia certificada por un notario.

La inscripción ante la Caja del Seguro Social y el Instituto Nacional de Seguros se realiza de forma normal para los viveros. Como se mencionó anteriormente en la investigación para inscribirse ante el INS se puede realizar en las Oficinas Centrales o Sucursales del INS, a una agencia comercializadora de seguros o bien a un agente de seguros autorizado.

Con respecto al permiso sanitario del Ministerio de Salud, de acuerdo con la tabla de clasificaciones de establecimientos y actividades comerciales, industriales y de servicios reguladas por el Ministerio de Salud según nivel de riesgo sanitario y ambiental clasifica los viveros con riesgo Alto como se muestra en la tabla N°19.

Tabla N°19

Clasificación de un vivero, en la tabla de clasificaciones de establecimientos y actividades comerciales, industriales y de servicios reguladas por el Ministerio De Salud

SECCIÓN A. AGRICULTURA, GANADERÍA, SILVICULTURA Y PESCA				
DIVISIÓN	GRUPO	CLASE	DESCRIPCIÓN	RIESGO
01			AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y ACTIVIDADES DE SERVICIOS CONEXAS	
	011		Cultivo de plantas no perennes	MAG
		0111	Cultivo de cereales (excepto arroz), legumbres y semillas oleaginosas	MAG
		0112	Cultivo de arroz	MAG
		0113	Cultivo de hortalizas y melones, raíces y tubérculos	MAG
		0114	Cultivo de caña de azúcar	MAG
		0115	Cultivo de tabaco	MAG
		0116	Cultivo de plantas de fibra	MAG
		0119	Cultivo de otras plantas no perennes	MAG
	012		Cultivo de plantas perennes	MAG
		0121	Cultivo de uva	MAG
		0122	Cultivo de frutas tropicales y subtropicales	MAG
		0123	Cultivo de cítricos	MAG
		0124	Cultivo de frutas de pepita y de hueso	MAG
		0125	Cultivo de otros frutos y nueces de árboles y arbustos	MAG
		0126	Cultivo de frutos oleaginosos	MAG
		0127	Cultivo de plantas con las que se preparan bebidas	MAG
		0128	Cultivo de especias y de plantas aromáticas, medicinales y farmacéuticas	MAG
		0129	Cultivo de otras plantas perennes	MAG
	013	0130	Propagación de plantas (viveros, excepto viveros forestales)	A

Fuente: Tabla de clasificaciones de establecimientos y actividades comerciales, industriales y de servicios reguladas por el Ministerio de Salud, 2016

En la Municipalidad de Heredia se tramita la patente municipal para ejecutar la actividad remunerada del vivero. Para solicitar esta licencia los requisitos son: presentar evidencia documental del cumplimiento con la inscripción en el Registro Público y Tributación, el permiso del Ministerio de Salud y los registros en la Caja Costarricense del Seguro Social y en el Instituto Nacional de Seguros. Así también, se debe haber tramitado en este mismo municipio el certificado de uso de suelo y aportar evidencia de estar al día con los pagos de la C.C.S.S, el Fondo de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares (FODESAF) y los impuestos municipales.

Adicionalmente la Municipalidad de Heredia solicita una foto del negocio y el pago de 100 colones de Timbres Fiscales y de Parques Nacionales.

Planeación del vivero

Al tratarse de un vivero la planeación debe dar importancia a su producto principal, es decir las plantas y a sus clientes en el distrito de San Francisco. En ese contexto se plantean la visión, misión, valores, análisis del entorno externo, objetivos y estrategia del vivero, que a continuación se presentan.

Visión

- “Ser uno de los mejores viveros en la provincia de Heredia, reconocido por nuestros clientes por la gran variedad de plantas, un excelente servicio y precios bajos”.

Misión

- “Ofrecer a nuestros clientes asesoría personalizada en gran variedad de plantas nativas y extranjeras que les permita dotar de naturaleza sus hogares y centros de trabajo”.

Valores organizacionales

Los valores organizacionales al igual que la misión y visión de una empresa como se observó en el instrumento aplicado a los dueños y trabajadores de viveros de la provincia de Heredia no son factores que se tomen mucho en cuenta por esta clase de empresa. Los valores planteados para el Vivero San Francisco son:

- Calidad: Reflejada en nuestros productos y servicios.
- Responsabilidad: Ser responsables con nuestros clientes, proveedores y público.
- Honestidad: Ser honestos ante los clientes para que se sientan satisfechos con nuestro negocio.
- Trabajo en equipo: Colaborando entre todos para hacer crecer el negocio.

- Innovación: Buscando constantemente innovar para sobresalir de la competencia.
- Pasión: Saber la importancia de lo que se hace en el negocio para así trabajar de la mejor forma.
- Respeto: Siempre ofrecer un trato respetuoso tanto con los clientes como con los colaboradores.

Entorno Externo.

El entorno externo del Vivero San Francisco está compuesto por factores externos que pueden afectar o beneficiar al negocio. Entre estos se encuentran los demográficos, económicos, naturales, tecnológicos, políticos y culturales, que se describen a continuación.

Entorno demográfico

La zona de influencia primaria para el vivero es el distrito de San Francisco de Heredia, mientras que la zona de influencia secundaria es el cantón de Heredia. Esta delimitación obedece en la investigación a la necesidad de contar con perspectivas más amplias de las características demográficas de la zona de interés.

El distrito San Francisco es uno de los cinco distritos del cantón de Heredia, junto a otros como Mercedes, Ulloa, Varablanca y Heredia. Este cantón se ubica en el puesto 9 de las mejores municipalidades del país, según el Resultado del Índice de Gestión Municipal del Periodo 2015 elaborado por la Contraloría General de la República (CGR).

El Censo Nacional de la Población y Vivienda 2011, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística Y Censo (INEC), contiene datos de interés para la investigación como la cantidad de mujeres y hombres que residen en Heredia y sus distritos y datos de la cantidad de población urbano o rural como se muestra en la tabla N°20. Este censo también cuantificó las personas por rango de edades aquí se muestran las de Heredia (tabla N°21). Las características de los jefes o jefas de hogar en Heredia se estimaron para este cantón (tabla N°22).

Tabla N°20
Cantidad total de personas según su sexo y características urbanas o rurales en el cantón de Heredia y sus distritos

Provincia, cantón y distrito	Total			Urbano			Rural		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Heredia	433 677	211 246	222 431	372 883	180 145	192 738	60 794	31 101	29 693
Heredia	123 616	58 667	64 949	123 255	58 459	64 796	361	208	153
Heredia	18 697	8 630	10 067	18 697	8 630	10 067	-	-	-
Mercedes	25 744	12 225	13 519	25 744	12 225	13 519	-	-	-
San Francisco	49 209	23 437	25 772	49 209	23 437	25 772	-	-	-
Ulloa	29 266	13 995	15 271	29 266	13 995	15 271	-	-	-
Varablanca	700	380	320	339	172	167	361	208	153

Fuente: Censo nacional de la población y vivienda 2011.

Tabla N°21
Cantidad de personas por rangos de edad en el Cantón de Heredia

Provincia, cantón y sexo	Población total	Menos de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 19 años	De 20 a 29 años	De 30 a 39 años	De 40 a 49 años	De 50 a 64 años	De 65 a 74 años	De 75 a 84 años	De 85 años y más
Heredia	123 616	1 652	6 576	8 828	20 308	24 061	19 429	16 770	16 891	5 291	2 847	963
Hombres	58 667	851	3 305	4 460	10 093	11 788	9 272	7 708	7 438	2 265	1 127	360
Mujeres	64 949	801	3 271	4 368	10 215	12 273	10 157	9 062	9 453	3 026	1 720	603

Fuente: Censo nacional de la población y vivienda 2011.

Tabla N°22
Cantidad de jefes y jefas de Hogar en el cantón de Heredia

Provincia, cantón y sexo del jefe o jefa del hogar	Población total	Relación de parentesco con el jefe o jefa del hogar				
		Jefe o jefa'	Espos(a) o compañero(a)	Hijo(a) o hijastro(a)	Yerno o nuera	Nieto(a) o bisnieto(a)
Heredia	123 616	36 360	22 362	49 659	1 041	5 078
Jefes hombres	84 802	23 658	20 166	32 885	548	2 436
Jefas mujeres	38 814	12 702	2 196	16 774	493	2 642

Fuente: Censo nacional de la población y vivienda 2011

De acuerdo con los datos de los cuadros, la población total para el 2011 en el cantón de Heredia fue de 123 616 personas, en su mayoría del sexo femenino. En el 2011 un poco más de la mitad de la población tenía edades entre los 10 y 39 años y en la mayoría de distritos con la excepción de Varablanca la población era 100% urbana. En este cantón también se observa que para ese año la mayoría de jefes de hogar fueron de sexo masculino. Sin embargo, también existía un importante número de mujeres que ejercen este puesto en el cantón.

En el distrito de San Francisco la población fue de 49 204 personas según el Censo 2011, o sea, un 40% del total de la población del cantón. Esto lo define como el distrito con mayor cantidad de personas del cantón de Heredia.

Los datos anteriores evidencian características de los posibles clientes en el distrito San Francisco, se deduce de estos que la proporción entre sexos es balanceada y que las familias son en su mayoría tradicionales, con un hombre como cabeza de hogar y con estilos de vida urbanos. Estos aspectos deben ser determinantes para el vivero San Francisco respecto a lo que proyecta ofrecer a estos clientes potenciales para así dar un servicio de alta calidad, que incorpore valores como el respeto sin hacer diferencias por sexo, estatus y urbe, entre otras cosas.

Un dato importante por analizar es la cantidad de personas nacidas en el extranjero que viven en el cantón de Heredia, este se muestra en la Tabla N°23 de acuerdo al Censo del 2011.

Tabla N°23
Cantidad de extranjeros en el cantón de Heredia

Costa Rica: Población total por característica migratoria desde el nacimiento, saldo de migración neto y saldo de migración relativo, según cantón de residencia actual y sexo							
Cantón de residencia actual y sexo	Población total	No migrantes	Inmigrantes internos	Emigrantes internos	Saldo de migración neto	Saldo de migración relativo	Inmigrantes extranjeros
Heredia							43 483
Heredia	123 616	57 565	52 040	35 840	16 200	13,11	14 011
Hombre	58 667	28 001	24 177	17 633	6 544	11,15	6 489
Mujer	64 949	29 564	27 863	18 207	9 656	14,87	7 522

Fuente: Censo nacional de la población y vivienda 2011.

En la tabla anterior se muestra que un total de 43 483 personas extranjeras vivían en la provincia de Heredia durante el 2011. Un total de 30 259 pobladores residentes extranjeros en la provincia eran procedentes de Nicaragua, según el INEC 2011. Representa un 70% de la población extranjera en la provincia. En el cantón de Heredia 14 011 personas extranjeras residían durante 2011. Para el distrito de San Francisco, no existen datos de los extranjeros residentes. Sin embargo, extrapolar los datos de la provincia se estima que en el distrito la población extranjera podría estar en 10%, lo que representa menos de 5 000 personas, de las cuales aproximadamente 3 400 serían nicaragüenses.

El contar con los datos anteriores es importante para tomar decisiones de mercado en función de las procedencias y las características de consumo, que pueden ser totalmente diferentes a las del costarricense. En el caso del distrito San Francisco los extranjeros son pocos y en su mayoría provienen de Nicaragua. Por lo tanto, este es un factor a considerar para la administración del vivero proyectado, puesto que el nicaragüense busca precios bajos.

Debido a que en Costa Rica los censos de la población y vivienda no cuentan con periodos de ejecución definidos, sino que se elaboran cuando existe el recurso financiero, los datos de la población clasificada por rango de edades usados en la investigación para 2016 y

2017 son proyecciones del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). Estos datos se muestran en la Tabla N°24 y la Tabla N°25.

Tabla N°24
Cantidad de población proyectada por rangos de edades para el 2016 en el cantón de Heredia y sus distritos

Provincia, cantón, distrito y sexo	Total	Grupos de edades															
		0 - 4	5 - 9	10 - 14	15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74	75 y más
Heredia	497 805	36 172	36 886	36 948	39 227	39 917	44 446	45 810	40 388	33 309	30 703	30 052	26 083	20 346	13 742	9 370	14 406
Heredia	136 948	8 957	9 155	9 309	9 986	10 199	12 380	13 414	11 690	9 545	8 889	8 736	7 611	5 960	4 038	2 757	4 322
Heredia	19 218	860	870	857	879	1 070	1 948	2 283	2 011	1 609	1 484	1 423	1 216	934	621	413	740
Mercedes	28 394	1 756	1 798	1 812	1 913	1 872	2 600	2 884	2 508	2 055	1 918	1 895	1 657	1 303	886	609	928
San Francisco	55 465	3 992	4 075	4 165	4 549	4 611	4 843	5 065	4 406	3 610	3 367	3 326	2 911	2 287	1 554	1 067	1 637
Ulloa	32 982	2 279	2 347	2 407	2 574	2 578	2 911	3 100	2 695	2 211	2 062	2 037	1 780	1 399	951	651	1 000
Vara Blanca	889	70	65	68	71	68	78	82	70	60	58	55	47	37	26	17	17

Fuente: Proyecciones de población del 2011-2025 INEC.

Tabla N°25
Cantidad de población proyectada por rangos de edades para el 2017 en el cantón de Heredia y sus distritos

Provincia, cantón, distrito y sexo	Total	Grupos de edades															
		0 - 4	5 - 9	10 - 14	15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74	75 y más
Heredia	505 052	36 419	37 121	36 890	39 288	40 265	43 682	46 429	41 657	34 166	30 827	30 322	27 043	21 358	14 760	9 913	14 912
Heredia	138 562	8 984	9 215	9 200	9 962	10 333	11 924	13 501	12 054	9 805	8 896	8 814	7 892	6 251	4 344	2 918	4 469
Heredia	19 198	853	867	844	865	1 066	1 736	2 286	2 071	1 653	1 478	1 427	1 247	966	656	427	756
Mercedes	28 731	1 757	1 814	1 797	1 919	1 910	2 434	2 907	2 587	2 111	1 922	1 915	1 722	1 370	957	647	962
San Francisco	56 285	4 012	4 107	4 115	4 530	4 671	4 827	5 103	4 544	3 708	3 372	3 359	3 025	2 405	1 677	1 134	1 696
Ulloa	33 443	2 293	2 359	2 377	2 576	2 616	2 851	3 122	2 780	2 271	2 065	2 057	1 850	1 471	1 027	692	1 036
Vara Blanca	905	69	68	67	72	70	76	83	72	62	59	56	48	39	27	18	19

Fuente: Proyecciones de población del 2011-2025 INEC.

La población proyectada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) para el distrito San Francisco para el 2016 sería de 55 465 personas y de 56 285 personas para el 2017. Esto indica que el distrito mostrará un ligero aumento de población entre los dos años mencionados.

Los rangos de edad en los cuales se ubicará la mayoría de la población serán [20-24 años], [25-29 años] y [30-34 años]. Es decir, que serán personas nacidas entre 1983 y 1997 que forman parte de la generación Y. La cual se caracteriza por su capacidad de dominio de la tecnología, un aspecto por considerar para decisiones publicitarias y comerciales en el vivero San Francisco.

Entorno económico

El país ha experimentado un crecimiento económico sostenido durante los últimos 25 años, a pesar de la crisis del 2008 que provocó una contracción de 1% en el PIB real del 2009. Según el Banco Mundial, después de la crisis la tasa de crecimiento porcentual anual del PIB de Costa Rica llegó a 5.168% para el 2012, luego bajó a 2.807% en el 2015 y volvió a subir a 3.33% en el 2016; se espera que esta aumente a un 3.644% en el 2017. Esto da una perspectiva de recuperación del país que muestra un crecimiento constante, aunque no a niveles de años anteriores. Sin embargo, esto aumenta las posibilidades en el mercado costarricense de nuevas alternativas de negocios, como el vivero San Francisco.

La inflación en Costa Rica para el año 2016 de acuerdo con El Financiero en la nota escrita por Cisneros (2017) “la inflación medida por el índice de precios al consumidor (IPC) cerró al 2016 con una variación interanual de 0.77% por encima de lo que se había registrado un mes atrás (0.56%) y abandonando la cifra negativa del 2015 (-0.81%)” (párr.1). Por lo visto, en esta cita la inflación en el país durante los dos últimos años ha estado a niveles bajos que inciden en incrementos moderados en el precio de los productos y permiten al ciudadano costarricense no aumentar gastos y mantener patrones de consumo. Esta condición de poca afectación de los consumidores costarricenses por los bajos niveles de inflación no quiere decir que todo el país viva en buenas condiciones.

No obstante, la condición económica en la provincia de Heredia lugar donde se planea explotar el vivero es muy buena, en comparación con el resto de provincias.

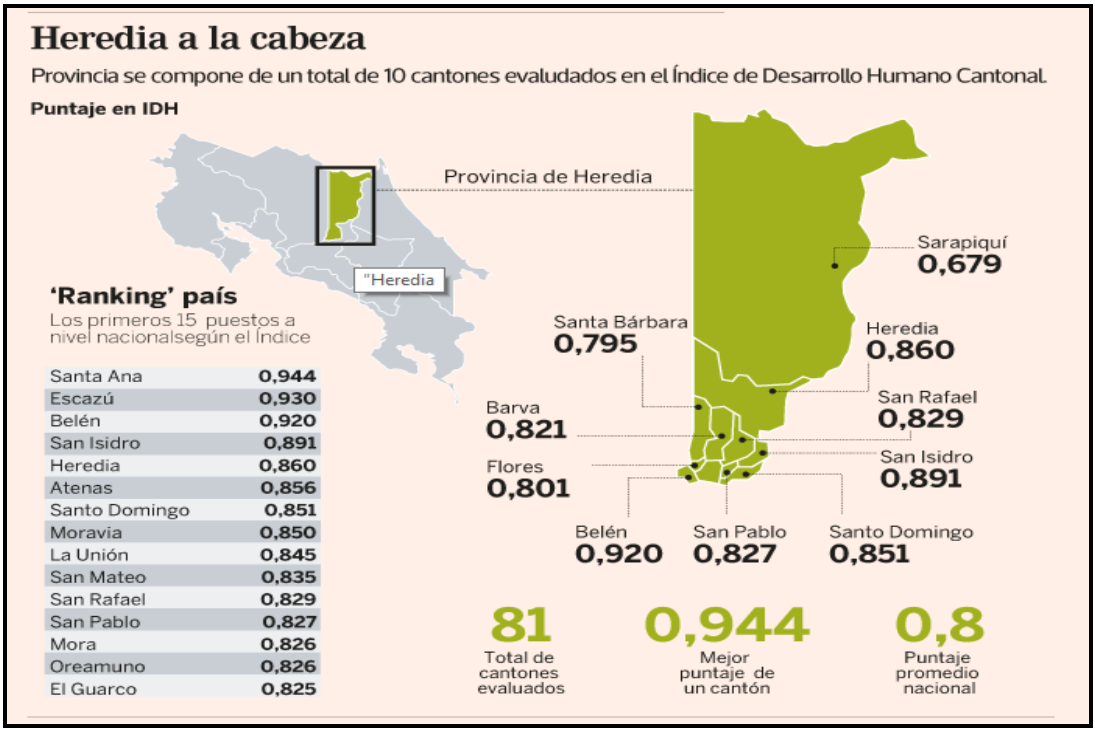
Según Rodríguez (2016):

Heredia sobresale como la provincia cuyos cantones tienen las mejores condiciones de vida del país. De acuerdo con la última medición del índice de desarrollo humano cantonal (IDH), ocho de los diez cantones que integran la provincia, superan el promedio del país. Estos municipios obtuvieron clasificaciones superiores a los 0.8 puntos (párr.1).

Los cantones que superan este puntaje se muestran en el gráfico N°19.

Gráfico N°19

Ranking de cantones con mejor condición de vida de Costa Rica



Fuente: Tomada de El Financiero de la noticia “Cantones de Heredia tienen las mejores condiciones de vida del país, 03 de julio 2016”.

El cantón de Heredia según el índice de desarrollo humano cantonal (IDH), se ubica como el quinto cantón con las mejores condiciones de vida en Costa Rica. Lo que implica que la población en este cantón, donde se ubica el distrito San Francisco, cuenta con una buena situación económica, siendo la mayoría de los habitantes de clase media-media. Por lo tanto, San Francisco es un buen punto para ubicar el negocio del vivero.

Entorno natural

Al ser Costa Rica un país tropical las condiciones climáticas son bastantes diversas, por lo tanto, el país se tiende a regionalizar climáticamente. El país cuenta con siete regiones climáticas estas son según el Instituto Meteorológico Nacional: Pacífico norte, Pacífico central, Pacífico sur, región Central, Zona norte, Caribe norte y Caribe sur.

La región Central según el (Instituto Meteorológico Nacional [IMN], 2008): “comprende los núcleos urbanos más grandes de las provincias de San José, Heredia, Alajuela y Cartago” (p.20). Esta zona es de vital importancia para el país debido a que en ella se ubican varias de las principales cuencas hidrográficas del país, las cuales abastecen la demanda de agua potable de cerca del 50% de la población costarricense.

El Valle Central se divide en occidental y oriental por las características climáticas diferentes. El Valle Central Occidental corresponde a la provincia de Alajuela, San José, Heredia y parte de Cartago; mientras que el Oriental está formado por El Guarco y Orosí.

En el Valle Central Occidental es donde se ubicará el vivero San Francisco se describe a continuación según sus características climáticas principales. Esta zona de acuerdo con el Instituto Meteorológico Nacional cuenta con una precipitación promedio anual de 2300 mm y una temperatura promedio de 22° C. El periodo seco se presenta entre diciembre y marzo y el periodo lluvioso entre mayo y octubre. Los meses de abril y noviembre son meses de transición.

Durante la época seca el Valle Central Occidental experimenta déficit de agua debido a la ausencia de lluvias, altas temperaturas durante el día y bajas temperaturas por las noches, al igual que periodos de fuertes vientos alisios. Estas condiciones climáticas durante la época seca pueden ocasionar marchitamiento, estrés térmico y ruptura de las plantas, llegando incluso a pérdidas en la producción de plantas.

Por tanto, el vivero debe planear su producción en esta época de forma tal que garantice la sobrevivencia y buen estado de las plantas por comercializar. Esta planeación podría implicar barreras contra el viento, sombra y riego al menos dos veces al día. Obviamente, estos son costos de mantenimiento extras, pero que deben ser considerados para la viabilidad de este negocio.

Entorno tecnológico

Como ya se había mencionado en el entorno demográfico del vivero proyectado, la mayoría de la población pertenece a la generación “Y” también conocida como generación del milenio. Estas personas han crecido con el cambio tecnológico por lo que el uso del internet y redes sociales es algo cotidiano en sus vidas, lo vuelve un factor importante para la explotación de esta empresa.

En el vivero, el uso de tecnología se puede dar en diversas etapas tanto en la producción al incursionar con nuevos productos que se ofrecen para la siembra y el riego, como en otros procesos que se refieren propiamente a la comunicación con el público, la publicidad y la comercialización. Todo lo anterior permite: reducir costos, producir de una forma más rápida o eficiente y vender con mayor facilidad y beneficio.

El vivero como parte de su estrategia publicitaria podrá hacer uso de redes sociales como Facebook, donde se publicarán fotos, precios, características de las plantas e información relacionada con el cultivo y cuidado de las plantas, a fin de que las personas puedan conocer más sobre el vivero e interesarse en el negocio. El uso de esta tecnología para la publicidad del vivero se considera viable debido a su bajo costo y la gran cantidad de personas que se encuentran asociadas a esta red. El correo electrónico es otro medio tecnológico que podría utilizar el vivero

para promocionarse, responder consultas, enviar cotizaciones y realizar ventas de plantas y otros servicios.

Entorno político

El entorno político es definido por el conjunto de políticas, leyes, reglamentos y procedimientos vigentes y obligatorios para el establecimiento de una actividad lucrativa o negocio en Costa Rica. Estas normativas en el país son reguladas por el Registro Público, Tributación, el Ministerio de Salud, la Caja Costarricense del Seguro Social, el Instituto Nacional de Seguros y la Municipalidad de Heredia. Las mismas ya fueron explicadas en la investigación en el componente de factores políticos. En síntesis, para que un vivero pueda funcionar en el país debe cumplir con las mismas regulaciones gubernamentales que cualquier otra empresa, es decir, realizar los registros, solicitar los permisos y pagar los impuestos.

Además, el vivero como cualquier otro negocio debe operar en respeto de las leyes laborales dictadas por el Ministerio de Trabajo, la principal es el Código Laboral, cumpliendo con las garantías sociales de los trabajadores, entre otras obligaciones.

Entre las leyes que se deben considerar están la Ley Fitosanitaria y el Reglamento sobre Registro, la Ley Orgánica del Ambiente; la Ley de Salud y la Ley de Aguas, entre otras. Todas ellas delimitan el entorno político del vivero San Francisco y deben ser respetadas.

Entorno cultural

Para el entorno cultural del vivero San Francisco se deben analizar los valores, actitudes y hábitos de convivencia de los costarricenses. Para caracterizar cómo es el ciudadano del país se toma en cuenta el siguiente cuadro realizado por un estudioso de la cultura nacional sobre la imagen que el costarricense tiene de sí mismo y la imagen que los extranjeros se forman de él.

Tabla N°26
Características del costarricense

Democrático	Cortés.	Mediocre.
Pacifista y tolerante.	Religioso.	Indiferente y frío ante problemas de interés.
Respetuosos de la libertad civil.	Choteador.	Personalista en su orientación política.
Respetuoso de la legalidad y la autoridad.	Irónico, conformista.	Imitador y emulador de lo extranjero.
Aprecia el alto grado de educación.	Individualista y liberal.	Pasivo y tradicionalista.
Rechaza los extremismos.	Conservador.	Carente de ambiciones.
Destaca por madurez política.	Tranquilo.	Borracho.
De mentalidad igualitaria.	Prejuicioso.	Machista.
Libre de discriminaciones sociales y raciales.	Desconfiado.	Perezoso.

Fuente: “Idiosincrasia costarricense ante procesos de cambio. Un aporte sociológico para la gerencia del costarricense” escrito por Ricardo Carballo, 1994.

Lo escrito por Carballo en su libro, da una perspectiva del comportamiento que tienen los costarricenses. De este documento se pueden considerar factores de importancia para la empresa como que el costarricense constituye una persona que aprecia el alto grado de educación, que es desconfiado, burlista y perezoso. El conocimiento de la cultura de los clientes potenciales del vivero beneficia al negocio puesto que permite visualizar estrategias para ser bien recibidos o aceptados por los clientes, igualmente permite evitar otras estrategias que por razones culturales podrían implicar el ser rechazados. Por ejemplo, una buena asesoría sobre las plantas, con buenos fundamentos que demuestren conocimiento técnico de parte del personal, sería apreciado por el ciudadano costarricense culto y educado que habita en el distrito San Francisco, según lo evidenció el cuestionario aplicado que encontró niveles altos de educación.

Sin embargo, a pesar de que muchas de las características que mencionó Carballo eran negativas, el costarricense también posee elementos bastante positivos en su cultura. Entre las principales características positivas con las que cuenta el costarricense se encuentra su solidaridad y la preocupación por el medio ambiente. Esta última es de suma importancia para un negocio como el vivero, debido a que esta cultura ambiental puede incidir en la aceptación y viabilidad del vivero y su sostenibilidad comercial, si se maneja de forma tal que permita aumentar las ventas de sus productos.

Objetivos del vivero

A fin de lograr un buen desempeño empresarial en el Vivero San Francisco se establecen metas y objetivos, que ayudan a que la misión deje de ser una intención y se convierta en una realidad concreta. En la tabla N°27 se muestran los objetivos que se consideran idóneos para el vivero.

Tabla N°27: Objetivos del Vivero San Francisco

Tiempo	Objetivos
Corto plazo	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer el vivero publicitándolo por medio de internet y campañas de reforestación en comunidades vecinas. • Ofrecer como producto principal plantas ornamentales, medicinales, árboles frutales y ornamentales. • Comercializar plantas nativas. • Ofrecer productos complementarios (macetas, abonos, sustratos y semillas). • Brindar los servicios de diseño y elaboración de jardines y mantenimiento de áreas verdes.
Mediano plazo	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar el servicio como el alquiler de plantas. • Incluir arreglos florales. • Ofrecer piedras decorativas.
Largo plazo	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar ofrecer bienes y servicios innovadores. • Permanencia en el mercado.

Fuente: Elaboración propia, 2016.

Estrategia

En el caso del vivero se plantea desarrollar una de las estrategias competitivas genéricas de Michael E.Porter como lo es la estrategia de diferenciación. Las empresas pueden buscar diferenciación mediante diferentes formas. Sin embargo, debido a que el producto principal de la empresa de estudio son plantas y a estas no se les puede añadir atributos nuevos. El vivero planea diferenciarse de la competencia, ofreciendo un servicio de primer nivel para los clientes, además de plantas poco comercializadas como las nativas del país.

Para ofrecer un excelente servicio al cliente, el vivero plantea brindar conocimientos y asesorías sobre las plantas a sus clientes. Esto porque la gran mayoría de los clientes de viveros no conocen mucho de plantas y van a estos negocios en busca del producto, pero también requieren de orientación sobre los requerimientos de luz, sombra, riego o fertilización de plantas, que puedan garantizarles su sobrevivencia y buen estado para la decoración, lo que a su vez se traduce en una buena inversión para el cliente y no la pérdida de su dinero por la compra de plantas que en una semana mueren. En este sentido una asesoría profesional es vital para retener a los clientes y asegurar que vuelvan al establecimiento en busca de más plantas y consejos. Es necesario brindar a los clientes recomendaciones acertadas, que les den resultados satisfactorios cuando las apliquen y que se les atienda con profesionalismo. Son muy pocas las personas que van a un vivero porque sea el más barato, muchos prefieren pagar más con tal de recibir una atención excelente y especializada, acorde con sus necesidades. Esto hace la diferenciación.

El uso de tecnología también es importante para ofrecer un buen servicio en el vivero porque muchas veces los clientes pueden tener una duda acerca de un producto, pero no quieren ir hasta la instalación de la empresa, sino que quieren recibir una respuesta a su duda desde la comodidad de su hogar, lo cual promueve que el vivero deba contar con una página en una o más redes sociales como Facebook para ofrecer sus productos y dar a las personas respuestas eficaces y oportunas sobre cualquier consulta que tengan con respecto a las plantas y el negocio. A través de otros medios como un correo electrónico del vivero, se pueden atender cotizaciones y efectuar negocios.

Para el vivero también es importante explotar servicios nuevos y atractivos que se están dando en este tipo de empresas con el fin de generar más valor para los clientes. Por lo tanto, el vivero incursionará a corto plazo en servicios como el mantenimiento de áreas verdes para empresas, el diseño y elaboración de jardines: diseñar y elaborar jardines es un negocio muy rentable y con grandes posibilidades para aumentar las áreas de acción de las empresas. Además de aprovechar su experiencia y conocimiento en el mercado, los viveros cuentan con la ventaja de tener los contactos de proveedores para adquirir las plantas, abonos y otros materiales a mejor precio y en las transacciones pueden obtener mayores ganancias.

Actualmente muchas personas se preocupan por la situación del planeta y ha hecho que muchas empresas ayuden de alguna forma en campañas ambientales de recuperación de espacios verdes. Le genera a las empresas una buena imagen, conlleva a que muchos clientes sientan empatía con la empresa y compren sus productos. El vivero es una empresa que se preocupa por el ambiente, por lo tanto, en su estrategia se estipula que por cada 10 plantas que se lleve un cliente, se sembrarán 2 plantas nativas en las zonas verdes de la comunidad.

Organización del vivero

Estructura organizacional

Para la elección de la estructura organizacional en el Vivero San Francisco se toma en cuenta las necesidades de personal, las funciones que este debe realizar en sus diferentes cargos, las líneas de autoridad, el tamaño de la empresa y la finalidad de la misma.

En el caso del Vivero San Francisco se considera que la estructura organizacional idónea es la estructura simple, debido a que la empresa para su apertura contará con solo dos colaboradores, uno que es el dueño de la empresa quién se encargará de las funciones administrativas y ventas y otro que es un jornalero para la producción y cuidado de las plantas, quién además dará soporte en las ventas. La decisión de contar solo con dos trabajadores se debe

al tamaño del terreno donde se planea establecer la empresa y a las tareas que el mantenimiento de esta área de vivero demanda en mano de obra.

Organigrama

El organigrama mostrado a continuación es de un tamaño reducido, puesto que el vivero plantea una estructura organizacional simple, por su tamaño y funciones por cumplir para su apertura. Esto significa contar con dos personas para el inicio de las operaciones las cuales son el propietario y el jornalero, estructuradas en el organigrama que se muestra en el **Figura N°4** para el Vivero San Francisco.

Figura N°4: Organigrama para el Vivero San Francisco



Fuente: Elaboración propia, 2016.

Perfiles de puesto

Redactar perfiles de puesto para los colaboradores del vivero resulta importante para conocer las funciones que cada persona debe cumplir en el negocio y cuál es la autoridad a la que deben reportar. Contar con perfiles ayuda en la búsqueda de remplazos cuando algún colaborador decide abandonar la empresa, el detalle de características brindado por el perfil facilita el proceso de selección de personal. Los perfiles del administrador del vivero y el jornalero se muestran en la tabla N°28 y tabla N°29.

Tabla N°28: Perfil del puesto del administrador del Vivero

PERFIL DE PUESTO		
Identificación del puesto	N° de puestos	Fecha
Administrador del vivero	1	07/12/16
TRAMO DE CONTROL		
Reporta a	No aplica	
Supervisa a	Jornalero	
TAREAS ESPECÍFICAS		
Publicidad del vivero en las redes sociales y control del correo.	Control de calidad de las plantas del invernadero.	
Negociación con proveedores.	Control de los trabajadores del vivero.	
Asesoría a clientes y comercialización.	Control de la caja e inventarios.	
Supervisión del proceso productivo.	Cumplir con los pagos de impuestos.	
CONOCIMIENTOS Y APTITUDES		
Escolaridad	Bachiller en Administración de Empresas.	
Experiencia	Un año en un puesto similar.	
Iniciativa	Ordenado, responsable, respetuoso, trabajador, colaborador y que cuente con pasión para el trabajo.	
ESFUERZO		
Físico	Mínimo.	
Mental	Requiere esfuerzo mental superior debido a las tareas en su cargo.	

Fuente: Elaboración propia, 2016.

Tabla N°29: Perfil del puesto del jornalero del Vivero

PERFIL DE PUESTO		
Identificación del puesto	N° de puestos	Fecha
Jornalero	1	07/12/16
TRAMO DE CONTROL		
Reporta a	Administrador del vivero.	
Supervisa a	No aplica.	
TAREAS ESPECÍFICAS		
Preparación de Tierra.	de	Deshierba y podado.
Limpieza de semillas.	de	Control de plagas, riego y fertilización.
Siembra.		Ordenamiento y etiquetado de las plantas del vivero con nombres y precios.
Trasplante.		Mantenimiento y limpieza de instalaciones.
CONOCIMIENTOS Y APTITUDES		
Escolaridad	Noveno año de colegio concluido.	
Experiencia	Experiencia en algún trabajo similar, sin embargo, se puede considerar que no la tenga.	
Iniciativa	Con ganas de trabajar, colaborador, respetuoso con los clientes y con ganas de aprender cosas nuevas.	
ESFUERZO		
Físico	Alto.	
Mental	Mínimo.	

Producción del vivero

Para el vivero San Francisco es necesario identificar los productos y servicios por ofrecer a los clientes y los diferentes recursos y procesos necesarios para garantizar la obtención de productos de buena calidad, a un buen precio y con la completa satisfacción de los clientes.

Productos del vivero

Bienes

Los productos principales por comercializar en el Vivero San Francisco son plantas. Entre las que se encuentran de tipo ornamental como florales y follajes, medicinales, árboles frutales y ornamentales.

Secundariamente se considera la comercialización de algunos productos complementarios como abonos, semillas, sustratos, macetas e instrumentos de jardín. Con el fin de satisfacer a los clientes, beneficiándolos al no tener que realizar traslados a otros negocios para comprar lo requerido para su decoración y mantenimiento de las plantas que adquieran en el vivero.

Un punto importante por resaltar es que en el vivero se quiere incluir un espacio para plantas nativas con fines ornamentales. El vivero obtendrá estas plantas mediante producción propia y proveedores.

Servicios

El vivero San Francisco proyecta ofrecer servicios como el diseño y elaboración de jardines, mantenimiento y limpieza de áreas verdes. El incluir esta clase de servicios es para diversificar las formas de obtener ganancias y así poder competir de una mejor forma con las empresas rivales.

Proceso de producción

Una gran cantidad de las plantas que se planean comercializar en el Vivero San Francisco requieren de semillas para su reproducción. Sin embargo, también se planea producir plantas que se reproducen de forma asexual a través de estacas y otro material vegetal. Las plantas que se cultivarán para la venta en el vivero con este tipo de reproducción solo serán mediante bulbos o tubérculos, segmentos o esquejes de las plantas e injertos de segmentos de la planta.

Obtención de la semilla, planta madre o tubérculo

El primer paso en el proceso productivo del vivero es la obtención de la semilla, si la planta se reproduce de forma sexual o una planta madre o tubérculo si se reproduce de forma asexual. De la obtención de buena semilla depende en gran medida la viabilidad técnica de esta empresa.

En el caso del vivero se utilizarán los métodos de compra y recolección de semilla. En el país existen gran cantidad de empresas que se dedican a la comercialización de semillas entre estas se pueden mencionar Suplidora de Jardines INT, Semillas Camaru, Euro Semillas, Variedades El Sol Naciente, Suplijardines, entre otras. La recolección de semillas es un método más económico, que se trata de la obtención de frutos de diferentes especies y la extracción de semillas. Sin embargo, al usar este método las semillas deben ser limpiadas y secadas, lo que consume más horas de trabajo e incrementa los costos.

Debido a que algunas de las especies que se producirán en el vivero cuentan con una reproducción asexual, se necesitará contar con una planta madre o tubérculo. Las plantas madres al igual que las semillas se pueden comprar a un proveedor, a otro vivero o mediante una recolección en alguna zona del país mientras no sea un parque nacional.

Preparación del sustrato

En Costa Rica hay diferentes marcas que ofrecen sustratos preparados para distintos tipos de plantas, por ejemplo Ever Green de Biorganic S.A vende sustratos especiales para orquídeas, bonsáis y cactus, también ofrece sustratos comunes como fibra de coco y aserrín . En el vivero se plantea utilizar la arena de río bien lavada y desinfectada con agua hirviendo y la fibra de coco molida para el proceso de la reproducción de las plantas en el invernadero, la escogencia de estos sustratos se debe a que no tienen costos elevados. Además de sus buenas facultades para el proceso productivo y su fácil manejo.

Reproducción de las plantas

Debido a que el vivero San Francisco contará con plantas de reproducción asexual y sexual los procesos son diferentes.

En el caso de las plantas que cuentan con reproducción asexual se proyecta hacer uso de las camas o bandejas de germinación. Esto se debe a que las plantas que se reproducen por métodos como la estaca o el injerto ocupan mayor espacio. Las bandejas de germinación se usarán también para las semillas de gran tamaño, como por ejemplo de Mango o Aguacate por la misma justificación de espacio. Por años los viveros en el país utilizaron camas artesanales hechas de madera, pero estas conservaban mucha humedad y eran fuente de hongos que enfermaban las plantas, por esta razón, aunque son más baratas, se descarta su uso.

Las camas o bandejas de germinación de buenas características no se consiguen tan fácilmente, por lo que se determinó que las usadas en el vivero San Francisco se pueden obtener de la empresa promotores Jiffy en Moravia, para asegurar calidad.

El uso de las estacas en el vivero se debe realizar extrayendo una parte del tallo de la planta madre y después colocándolo en la cama o bandeja de germinación. En el vivero el uso de estacas será en especies de árboles frutales, ornamentales y algunos arbustos.

El uso de injertos como reproducción asexual en el vivero se debe a que las personas buscan mucho los árboles cítricos injertados que producen frutas de una forma más rápida y no crecen tanto como lo harían si fueran sembrados por semilla.

Se proyecta usar los semilleros para la reproducción sexual por medio de las semillas de menos tamaño. El semillero por utilizar en el vivero será de 72 hoyos (**Figura N°5**). Estos son de fácil obtención y buen precio, se venden en gran cantidad de supermercados y ferreterías.

Tanto los semilleros como las bandejas de germinación deben rellenarse con la fibra de coco o la arena de río respectivamente, para luego poder colocar la semilla o el material vegetal a la profundidad necesaria según la especie de planta.

Figura N°5: Fotografía de semillero



Fuente: Elaboración propia, 2016

Una vez concluida la siembra de la semilla, estaca o la realización del injerto en el semillero o cama de germinación según sea el caso, se debe colocar un enraizador líquido que acelere el proceso de germinación. Estos son vendidos por empresas como Biorganic S.A. y no se debe contar con ningún permiso especial para su utilización, este procedimiento asegura el enraizamiento y sobrevivencia de las plantas y mejora la viabilidad.

Monitoreo en los semilleros y camas germinadoras

En el vivero al concluir la siembra de las semillas, las estacas y los injertos se debe tener un monitoreo durante el tiempo que dure la germinación de las semillas, el enraizamiento de las estacas o la adaptación del injerto. La finalidad del monitoreo es la intervención temprana para mejorar los procesos y no perder la inversión.

Trasplante

En el vivero San Francisco se hará uso de bolsas de almácigo debido a su fácil uso, su bajo costo, su buena posibilidad de reutilización y la gran cantidad de tamaños en las que se ofrecen. Sin embargo, también se podrán utilizar macetas en algunas especies florales o medicinales para que cuenten con una presentación agradable para el cliente y le den un valor agregado para quien las quiera obtener y utilizar como elemento decorativo.

Las bolsas de almácigo para viveros son de fácil obtención en la zona del Valle Central debido a la existencia de empresas como Plástica S.A ubicada en Cartago y la Central de Bolsas de Plástico en San Joaquín de Heredia. Esta última empresa ofrece bolsas de esta clase en gran variedad de tamaños y se vende según el kilo, este tiene un valor de ₡1490. Las macetas son de más fácil obtención que las bolsas debido a que se comercializan en supermercados, ferreterías, tiendas para el hogar, centros plásticos, entre otras.

El primer paso para el trasplante es la extracción de la planta de los semilleros o bandejas germinadoras. El procedimiento se realiza con un cubierto de cocina o una pala de mano de jardinería, se debe tener el cuidado de no dañar la raíz debido a que un daño en esta puede ocasionar que la planta no sobreviva. Una vez las plantas son extraídas deben ser colocadas en un recipiente con agua mientras se rellena la bolsa o maceta. Estas se rellenan con una mezcla de tierra, grana de arroz, abono. Una vez relleno el envase se siembra la planta en él y se coloca fertilizante granulado e insecticida. El envase en el cual se coloca la planta es también el de su venta, por lo tanto, es la última etapa del proceso productivo del Vivero San Francisco.

Equipo e instalaciones

En un vivero es necesario contar con diferentes herramientas para el proceso de producción y el mantenimiento de las plantas. La cantidad de estas herramientas necesitadas dependen del tamaño del negocio. El vivero San Francisco por su tamaño considera como el equipo necesario para este negocio el detallado en la tabla N°30. Estos datos recopilados de establecimientos comerciales en Heredia muestran como es viable la obtención de herramientas y sus costos accesibles, aun comprándolas a comerciantes detallistas.

Tabla N°30: Equipos necesarios para el vivero

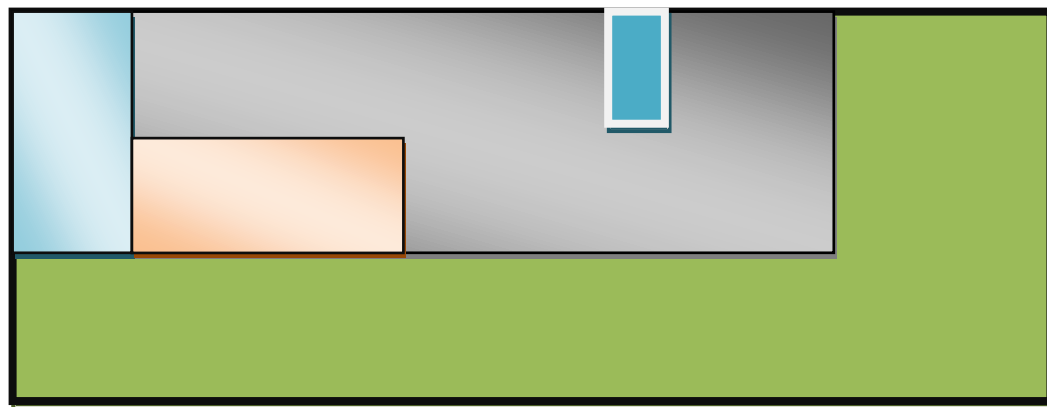
HERRAMIENTA	CANTIDAD	Lugar de compra	PRECIO
Carretillo	2	El Lagar	₡18000
Pala corta	2	Ferretería EPA	₡8995
Palín corto	1	Ferretería EPA	₡6950
Tijeras para podar corte yunque	2	Ferretería EPA	₡3095
Machete suelo 18"	1	Ferretería EPA	₡4995
Machete guapote 16"	1	Ferretería EPA	₡3450
Botas de hule	1 par	Ferretería EPA	₡7000
Manguera 25mts	1	El rey	₡13725
Aspersor	2	El rey	₡1450
Semilleros de 72 hoyos	25	Ferretería EPA	₡1750
Regadera grande	2	Ferretería EPA	₡5950
Rastrillo	2	Ferretería EPA	₡4950
Juego de 3 piezas para jardín (2 palas y un rastrillo de mano)	2	Ferretería EPA	₡5950
Invernaderos portátiles de 3 niveles	4	Pequeño Mundo	₡15500
Paletas	50	Kaf Internacional	₡200
Bandejas germinadoras 40x 90	5	Promotorores Jiffy	₡5065
Pistola para manguera	1	El rey	₡1500
TOTAL			₡275 475






Fuente: Elaboración propia, 2016.

Las instalaciones donde se planea explotar el vivero se ubican 300mts Oeste y 100 mts Sur del colegio Ing. Manuel Benavides en el distrito de San Francisco, Heredia. Esta propiedad cuenta con un terreno de 196 mts² de los cuales 84 mts² son de construcción. Esto deja 113 mts² que actualmente son área verde ocupada por un jardín. Por este local no se debe pagar alquiler debido a que es propiedad de la familia del propietario del vivero. Para el vivero se utilizarán 140 mts² de esta propiedad que estarán distribuidos de la manera mostrada en el Figura N°6.

Este local se ubica en frente a carretera principal, esta vía cuenta con cuatro carriles y es usada por las personas que se dirigen a la autopista General Cañas por la ruta de Barreal de Heredia para ir a San José. Esto lo vuelve una ruta muy transitada por los heredianos y hace del sitio un buen punto comercial. También es importante mencionar la cercanía del local a establecimientos que suelen ser muy visitados como Walmart de Heredia, el Hospital San Vicente de Paúl, el Centro comercial Multiflores y próximamente el Mall Oxygeno.

Figura N°6: Distribución del local del vivero



-  Zona de exhibición de las plantas.
-  Área de producción y bodega.
-  Oficina y muestrario de macetas y demás productos complementarios.
-  Baño.
-  Área sin uso para el Vivero San Francisco.

Fuente: Elaboración Propia, 2017.

Materia prima

La materia prima por utilizar en el proceso de producción del vivero San Francisco será obtenida mediante compra a varios proveedores (tabla N°32). Algunos elementos de la materia prima para producir una planta serán recuperados de los ecosistemas naturales, como por ejemplo, algunas semillas que se obtendrían por recolección de frutos en bosques. En la tabla N°31 se presenta la materia prima considerada necesaria en el proceso de producción del Vivero San Francisco, igual se muestra su respectivo proveedor y precio.

Tabla N°31: Materia Prima del vivero y su costo

Materia Prima	Precio
Semillas (compra)	De ¢400 a ¢50000
Semillas (Recolección)	¢0
Planta madre	De ¢600 hasta ¢6500
Fibra de coco molida, marca Ever Green	¢7500
Saco 30 lts Arena de rio	¢1390
Saco 46 kg de granza de arroz	¢1000
Saco 30 lts Abono lombricompost	¢5350
Kilo de bolsas de almácigo	¢1430
Fertilizante granulado, marca Ever Green	¢3450
Insecticida multi efecto 1lt	¢4950
Enraizador	¢3250
Saco 50 kg de tierra	¢2000
Agua (m ³)	¢612.80

Fuente: Elaboración propia, 2016.

Es importante mencionar que a pesar de que la semilla obtenida mediante recolección no tiene costo alguno. Para su obtención se deberán considerar otros costos como el de la gasolina para el traslado del vehículo a las zonas donde se encontrará la semilla.

Tabla N°32: Proveedores de materia prima

Materia Prima	Proveedor
Semillas (compra)	Variedades el Sol Naciente Euro semillas CATIE
Semillas (Recolección)	
Planta madre	Otros viveros.
Fibra de coco molida, marca Ever Green	Biorganic S.A.
Saco 30 lts Arena de rio	El Lagar, San Isidro
Saco 46 kg de granza de arroz	Vendedor independiente
Saco 30 lts Abono lombricompost	Biorganic S.A.
Kilo de bolsas de almácigo	Central de Bolsas Plásticas San Joaquín
Fertilizante granulado, marca Ever Green	Biorganic S.A.
Insecticida multi efecto 1lt	Biorganic S.A.
Enraizador	Biorganic S.A.
Saco 50 kg de tierra	Vendedor independiente
Agua	Empresa de Servicios públicos de Heredia

Fuente: Elaboración propia, 2016.

Mano de obra requerida

La mano de obra proyectada para el vivero San Francisco es de dos personas, ambas con tiempo completo. Estas serán: el propietario de la empresa que fungirá como administrador y el jornalero que se encargará de las actividades del proceso de producción del vivero.

La determinación del número de personas se basó en lo visto en el cuestionario a los dueños y trabajadores de viveros donde se logró evidenciar que lo más viable para manejar un vivero de pequeñas dimensiones como el planteado, son 2 empleados.

Sin embargo, para los servicios de diseño y elaboración de jardines y mantenimiento de áreas verde se requerirá de subcontratar un trabajador informal.

BIBLIOGRAFÍA

- Abad, M, Noguera, P, Carrión, C. (2004). Los sustratos en los cultivos sin suelo. España: Mundi-Prensa.
- Alcaraz, R. (2015). El Emprendedor de Éxito. México: Mc Graw Hill.
- Barquero, M. (21 de mayo del 2015). Europa cierra mercado de plantas ornamentales de Costa Rica. La Nación, recuperado en: http://www.nacion.com/economia/agro/Europa-cierra-mercado-plantas-ornamentales_0_1488851105.html.
- Basil, F y Leanza, M. (2004). Siembra. Argentina: Instituto Nacional De Tecnología Agropecuaria. Recuperado de: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/210653.pdf>.
- Benito, A, Rodríguez, B y Portela, A (2004). Meteorología y Climatología. España: Fundación Española para la Ciencia y Tecnología.
- Benjamín, E y Fincowsky, F. (2013). Organización de Empresas. México: Mc Graw Hill.
- Buamscha, M, Contardi, L, Dumroese, R, Enricci, J, Escobar, R, Gonda, H, Jacobs, D, Landis, T, Luna, T, Mexal, J, y Wilkinson, K. (2012). Producción de Plantas en viveros forestales. Argentina: Consejo Federal de Inversiones.
- Caballero, J y Rio, C. (2001). Método de Multiplicación. En el Cultivo de Olivo. España: Mundi-Prensa.
- Carballo, R. (1994). Idiosincrasia costarricense ante procesos de cambio un aporte sociológico para la gerencia del costarricense. Costa Rica.
- Castilla, N. (2007). Invernaderos de plástico: Tecnología y manejo. España: Ediciones Mundi-Prensa.
- Castro, D, Díaz, J, Martínez, M, Serna, R, Urrea, P, Muñoz, K y Osorio, E. (2013). Cultivo y producción de plantas aromáticas y medicinales. Colombia: Fondo editorial Universidad Católica de Oriente.
- Chávez, F y López, V. (1 de julio del 2015). Viveros del ICE distribuyen casi un millón de árboles por año. Semanario Universidad recuperado de: <http://semanariouniversidad.ucr.cr/pais/viveros-del-ice-distribuyen-casi-un-millon-de-arbolespor-ano/>.
- Chiavenato, I. (2011). Administración de Recursos Humanos. México: McGraw Hill.

- Chiavenato, I. (2013). *Introducción A La Teoría General De La Administración*. México: McGraw Hill.
- Chiavenato, I y Sapiro, A. (2011). *Planeación estratégica*. México: McGraw Hill.
- Chinchilla, C. (2009). *Propuesta integral de gestión estratégica para Viveros Las Orquídeas*. (Tesis de maestría). Universidad de Costa Rica. Costa Rica.
- Chirino, N. (2009). *Características generacionales y los valores. Su impacto en lo laboral* (Informe No: 1856-9099). Venezuela: Universidad de Carabobo.
- Cisneros, M. (6 de enero 2017). *Inflación cerró el 2016 en 0,77%, aún lejos del rango meta pero por encima de la del 2015*. El Financiero recuperado en: http://www.elfinancierocr.com/finanzas/inflacion-IPC-indice_de_precios_al_consumidor_precios-2016_0_1099090081.html.
- *Constitución Política de la República de Costa Rica*. (2004). Editorial Investigaciones Jurídicas S.A. Costa Rica.
- Coulter, M y Robbins, S. (2014). *Administración*. México: Pearson.
- *Comité de Recursos Hidráulicos*. (2008). *Cambio climático segunda comunicación nacional. Clima, su variabilidad y cambio climático en Costa Rica*. Recuperado de: http://www.cambioclimaticocr.com/multimedia/recursos/mod1/Documentos/el_clima_variabilidad_y_cambio_climatico_en_cr_version_final.pdf.
- Cruz, E, Can, A, Sandoval, M, Bugarin, R, Robles, A y Juárez, P. (Enero, 2013). *Sustratos en la Horticultura: Revista Bio-ciencias* (ISSN-2007-3380), pp.23-24.
- David, F. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson.
- Daft, L. (2011). *Administración*. España: Ediciones Paraninfo.
- Delgado, E. (24 de marzo del 2013). *Tipos de intereses*. El Financiero recuperado de: http://www.elfinancierocr.com/finanzas/Centro_Financierotasas_de_interes_ELFFIL2013_0319_0001.pdf.
- Ducuara, L, Lopez, O y Oswaldo, M. (1998). *Como instalar un vivero (proyecto recuperación de ecosistemas naturales en el pie de monte caqueteno)*. Colombia: Unión Grafica.
- Fisher, L y Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México: McGraw Hill.

- Flores, R. (2004). Aspectos generales sobre viveros, productos (plantas) ornamentales y pequeña y mediana empresa. Recuperado de: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/8118/2/631.52-F634p-CAPITULO%20I.pdf>
- Galindo, M (2011). Crecimiento Económico recuperado de: http://www.revistasice.com/cachepdf/ice_858_3956__8c514da83ede4e6bb9ea8213b6e44ebe.pdf.
- García, J y Casanueva, C. (2001). Prácticas de la Gestión Empresarial. España: McGraw Hill.
- García, J. (2013). Contabilidad de Costos. México: McGraw Hill.
- Gallego, J. (2010). Tecnologías de la Información y de la Comunicación. España: Editex
- Gutiérrez, E y Muñoz, M. (2010) Evaluación de tres sistemas de producción de almácigos de café (*Coffea arabica*) var. Caturra. (Tesis de Licenciatura). Universidad Zamorano. Honduras.
- Harper, S. (1991). Guide to Starting Your Own Bussnies. Estados Unidos: McGraw Hill.
- Hernández, R, Fernández, C y Baptista. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.
- Hitt, Ireland, Hoskisson (2015), Administración estratégica. Competitividad globalización. Conceptos y casos, México: Cengage Learning.
- Jiménez, W. (2010). Contabilidad de Costos. Colombia: Fundación para la Educación Superior San Mateo.
- Kitinoja, L y Kader, A. (2002). Small-Scale Postharvest Handling Practices: A Manual for Horticultural Crops. Estados Unidos: Universidad de California.
- Koontz, H, Wehrich, H y Cannice, M. (2012). Administración una perspectiva global y empresarial. México: McGraw Hill.
- Kotler, P y Armstrong, G. (2012). Marketing. México: Pearson.
- Kotler, P, Bloom, P y Hayes, T. (2004). El Marketing de Servicios Profesionales. España: Paidós Ibérica.
- Marín, A. (19 de mayo 2016). Como ha Cambiado la Familia Costarricense. UCR. Recuperado de: <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2016/05/19/como-ha-cambiado-la-familia-costarricense.html>.

- Martínez, A, Ruiz, C y Escrivá, J. (2014). Marketing en la actividad comercial. España: McGraw Hill.
- Mora, F. (2003). Introducción al Derecho Comercial. Costa Rica: Editorial Juritexto.
- Ortega, K. (26 de abril 2016). ¿Sabe cómo registrar su marca? Conozca el paso a paso. El Financiero recuperado de: http://www.elfinancierocr.com/pymes/Sabe-registrar-marca-Conozca-paso_0_945505450.html.
- Parkin, M. (2010). Microeconomía. México: Pearson.
- Peña, R. (2004). Manual de viveros. Recuperado de: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/8118/2/631.52-F634p-CAPITULO%20I.pdf>.
- Pérez, M. (2012). La guía del ecoturismo. España: Mundiprensa.
- Pindyck, R y Rubinfeld, L. (2013). Microeconomía. México: Pearson.
- Real Academia Española. (2016). Diccionario de la lengua española. Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>
- Richard, H y Muiño, M. (2004). Derecho Societario. Argentina: Editorial Astrea.
- Rodríguez, A. (3 de julio 2016). Cantones de Heredia tienen las mejores condiciones de vida del país. El Financiero recuperado de: http://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/IDH-cantones-limon-heredia-costa_rica_0_985701450.html.
- Rodríguez, A. (6 de julio del 2015). Exportaciones de flores y plantas bajan por cuarto año. La Nación recuperado de: http://www.nacion.com/economia/agro/Exportaciones-flores-plantas-bajan-cuarto_0_1498050186.html.
- Schiffman, L y Lazar, L. (2010). Comportamiento del Consumidor. Mexico: Pearson.
- Sourd, D. (2004). La injertación en los frutales: Revista Citrifrut. Volumen 21.
- Thompson, A, Peteraf, M, Gamble, J y Strickland, L. (2015). Administración Estratégica. México: McGraw Hill.
- Vázquez, C, Orozco, A, Rojas, M, Sánchez, M, Cervantes, V. (1997). La Reproducción de las Plantas: Semillas y Meristemas. México: Fondo De Cultura Económica.
- Vega, J. (2006). Los estudios de viabilidad para negocios. Puerto Rico: Centro de Desarrollo Económico del Recinto Universitario de Mayagüez.

APÉNDICES

Apéndice A

Instrumento 1 aplicado en la presente investigación

Buenos días (tardes):

Se está trabajando en un estudio para la Universidad Internacional de las Américas (UIA), que servirá para elaborar una tesis profesional acerca de la viabilidad para la explotación de un vivero en el distrito de San Francisco de Heredia

De una forma cortes le solicitamos de su ayuda para que conteste algunas preguntas que no toman mucho de tu tiempo. Las respuestas serán confidenciales y anónimas. Este cuestionario no posee preguntas delicadas.

Todas las personas que fueron seleccionadas para el estudio no se eligieron por los nombres sino al azar. Las opiniones de todos los encuestados serán sumadas e incluidas en la tesis profesional, pero nunca se comunicaran datos individuales.

Le pedimos que conteste este cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay preguntas correctas ni incorrectas.

Lea las instrucciones cuidadosamente ya que existen preguntas en las que solo se puede responder una opción; otras son de varias opciones y también se incluyen preguntas abiertas.

¡Muchas gracias por la colaboración!

Instrucciones del cuestionario:

Para rellenar el cuestionario use únicamente lápiz o bolígrafo de tinta negra. Al completarlo recuerde hacerlo de una forma sincera.

No hay preguntas correctas o incorrectas. Estas simplemente reflejan su opinión sobre el tema de estudio.

El cuestionario cuenta con preguntas de marque con X (cerradas) y otras donde deberá escribir su opinión (abiertas). Lea cuidadosamente las preguntas cerradas debido a que en algunas se pueden marcar más de una opción de respuesta.

Si no puede contestar alguna pregunta o si esta no tiene sentido para usted, por favor pregúntele a la persona que le entregó el cuestionario para evacuar su duda o explicarle la importancia de su participación.

CONFIDENCIALIDAD

Las respuestas que usted coloque serán anónimas y absolutamente confidenciales. Además, como usted podrá observar en el cuestionario en ningún momento se le pediría su nombre o número de identificación.

Preguntas

1. ¿Le gusta tener plantas en su casa o apartamento?

Sí.

No.

2. ¿Conoce usted que es un vivero?

Sí.

No.

3. ¿Con qué frecuencia visita usted un vivero?

Semanalmente.

Mensualmente.

Una vez o dos al años.

Nunca.

4. ¿En qué provincia se ubica el vivero que usted suele visitar?

Alajuela.

Heredia.

San José.

Cartago.

5. ¿Conoce usted algún vivero ubicado en la provincia de Heredia?

Sí

No

Si su respuesta es No pase a la pregunta 7.

6. ¿En cuál de las siguientes zonas de Heredia lo conoce? Puede marcar más de una opción.

San Pablo.

San Isidro.

Belén.

Santo Domingo.

Heredia.

Barva.

San Joaquín.

Santa Bárbara.

7. ¿Usted visitaría un vivero ubicado en San Francisco de Heredia?

Sí.

No.

8. ¿Qué tipos de plantas busca en un vivero? Puede marcar dos opciones.

Florales.

Medicinales.

Arbustos.

Árboles.

Cactus.

Palmeras.

Si marcó árboles, por favor responda la pregunta 9, sino pase a la pregunta 10.

9. ¿Qué clase de árbol busca encontrar en un vivero?

- Frutal.
- Maderable.
- Ornamental.

10. ¿Cuál de los siguientes rangos de precios considera usted que está dispuesto a pagar por una planta floral?

- ₡400 a ₡800.
- ₡900 a ₡1200.
- ₡1300 a ₡2500.
- Más de ₡2500.

11. ¿Qué otros productos considera usted además de las plantas que se deben vender en un vivero?

- Instrumentos de jardín.
- Decoraciones de jardín.
- Abonos.
- Comida.
- Macetas.
- Piedras decorativas.
- Semillas.

12. ¿Qué le molesta a usted cuando visita un vivero?

Mal servicio al cliente.

Mal olor.

Falta de parqueo.

Local sucio.

Plantas sin marcar con su nombre y precio.

13. ¿Usted estaría dispuesto a pagar para que alguien diseñe y elabore su jardín?

Sí.

No.

14. ¿Cuál día de la semana visitaría un vivero?

Lunes.

Martes

Miércoles.

Jueves.

Viernes.

Sábado.

Domingo.

15. ¿Actualmente labora?

Sí

No

16. ¿A qué sexo pertenece usted?

Masculino

Femenino

17. Por favor indicar su nivel educativo

Primaria completa

Secundaria Completa

Universitario

18. ¿Cuál es su estado civil?

Soltero.

En unión libre.

Casado.

Viudo.

Apéndice B

Instrumento 2 aplicado en la presente investigación

Buenos días (tardes):

Se está trabajando en un estudio para la Universidad Internacional de las Américas (UIA), que servirá para elaborar una tesis profesional acerca de la viabilidad para la explotación de un vivero en el distrito de San Francisco de Heredia

De una forma cortés, les solicitamos de su ayuda para que conteste algunas preguntas que no tomarán mucho de tu tiempo. Las respuestas serán confidenciales y anónimas. Este cuestionario no posee preguntas delicadas.

Todas las personas que fueron seleccionadas para el estudio no se eligieron por los nombres, sino al azar. Las opiniones de todos los encuestados serán sumadas e incluidas en la tesis profesional, pero nunca se comunicarán datos individuales.

Le pedimos que conteste este cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay preguntas correctas ni incorrectas.

Lea las instrucciones cuidadosamente ya que existen preguntas en las que solo se puede responder una opción; otras son de varias opciones y también se incluyen preguntas abiertas.

¡Muchas gracias por la colaboración!

Instrucciones del cuestionario:

Para rellenar el cuestionario use únicamente lápiz o bolígrafo de tinta negra. Al completarlo recuerde hacerlo de una forma sincera.

No hay preguntas correctas o incorrectas. Estas simplemente reflejan su opinión sobre el tema de estudio.

El cuestionario cuenta con preguntas de marque con X (cerradas) y otras donde deberá escribir su opinión (abiertas). Lea cuidadosamente las preguntas cerradas debido a que en algunas se pueden marcar más de una opción de respuesta.

Si no puede contestar alguna pregunta o si esta no tiene sentido para usted, por favor pregúntele a la persona que le entrego el cuestionario para evacuar su duda o explicarle la importancia de su participación.

CONFIDENCIALIDAD

Las respuestas que usted coloque serán anónimas y absolutamente confidenciales. Además, como usted podrá observar en el cuestionario en ningún momento se le pediría su nombre o número de identificación.

De antemano: ¡Muchas Gracias por su colaboración!

Preguntas

1. ¿Qué clase de trámite legal se debe realizar para poder establecer un vivero en Costa Rica?

 Trámite normal de establecer una empresa
 Permiso especial

2. ¿Cuál es la figura legal bajo la cual está inscrita su vivero?

 Persona física
 Persona jurídica

3. ¿El vivero cuenta con misión y visión?

 Sí
 No

4. ¿Cuenta su vivero con una organización estructurada donde detalle las tareas de los miembros de la empresa y los requisitos que deben tener estos para formar parte de ella?

 Sí
 No

5. ¿Entre cuál de los siguientes rangos se encuentra el área de las instalaciones de su vivero?

- 0 a 300m²
- 300 a 600m²
- 600 a 900m²
- 900 a 1200m²
- Más de 1200m²

6. ¿Su vivero es?

- Productor y vendedor
- Productor y revendedor
- Revendedor

Si respondió que es productor pase a la siguiente pregunta, si no lo es, pase a la pregunta N°9.

7. ¿Cuáles de las siguientes herramientas forman parte del proceso de producción de su vivero? Puede marcar más de una opción.

- Pala
- Pala de mano
- Manguera
- Carretillo
- Machete
- Botas de hule
- Semilleros
- Tijeras de podar
- Regadera
- Aspersores

8. ¿Qué materia prima utiliza en su vivero para la producción de plantas?

9. ¿Cuáles de los siguientes tipos de plantas venden en su vivero? Puede marcar más de una opción.

Plantas Ornamentales

Árboles frutales

Palmas

Árboles ornamentales

Plantas medicinales

10. ¿Qué servicios ofrece en su vivero? Puede seleccionar diferentes opciones.

Diseño y elaboración de jardines

Alquiler de plantas

Mantenimiento de áreas verdes

Enzapatado

Ninguno

11. ¿Cuáles de los siguientes productos complementarios venden en su vivero? Puede marcar más de una opción.

Semillas

Abonos

Sustratos

Macetas

Herramientas de jardín

Decoraciones de jardín

12. ¿Cuántas personas trabajan en su vivero?

1-2 empleados

3-4 empleados

5-6 empleados

13. ¿Considera usted que la situación económica de su vivero es?

Excelente

Buena

Media

Baja

ANEXOS

Resultados del cuestionario aplicado a dueños y trabajadores de viveros del cantón de Heredia y aledaños

Este instrumento fue empleado para recopilar datos sobre las formas de trabajo de los viveros, ubicados en el cantón de Heredia y otros cantones aledaños. La finalidad fue determinar los factores con los que debe contar un negocio de esta clase para que sea viable su explotación. Este instrumento fue aplicado a 12 personas, de diferentes edades y sexo, según fueran los dueños y trabajadores de los viveros entrevistados.

Las empresas de las cuales los encuestados forman parte son: Las Orquídeas, FloraVitae y el vivero de la Ferretería EPA en Belén, el vivero de la ferretería El Lagar en San Joaquín, el Jardín Botánico en Santa Bárbara, el Santa Lucía en Barva, el Vivero Guzmán y el Vivero Rivendel en San Rafael, El Zamorano en San Isidro, el vivero Lo Nuestro en el cantón de Santo Domingo, el Vivero Holanda en San Pablo y el Vivero Forestal de la Escuela de Ciencias Ambientales de la Universidad Nacional en Heredia centro.

Seguidamente, se muestran los resultados del instrumento a través de tablas y gráficos y se discuten en consideración de la viabilidad.

Inicialmente, en el instrumento se les preguntó a los participantes sobre los trámites que se deben desarrollar para establecer un negocio de esta clase. Esta pregunta se planteó debido a que muchas veces la decisión de crear un negocio depende en gran parte de la necesidad de cumplir con permisos especiales.

En el instrumento diseñado las alternativas de respuesta para la pregunta sobre trámites fueron si se debe realizar mediante el trámite normal o si hay que contar con permisos especiales.

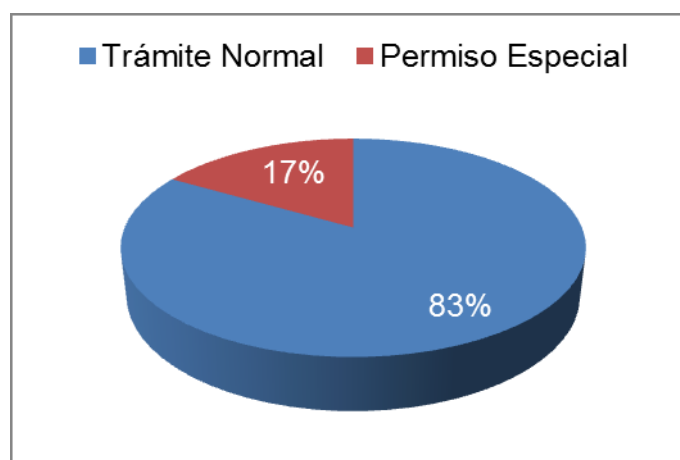
En esta pregunta un 83% de los participantes respondió, que para establecer un vivero únicamente se debe desarrollar el trámite normal para poner en funcionamiento una empresa en Costa Rica. Lo que aumenta la viabilidad de explotar un negocio de esta clase.

Tipo de trámite usual para establecer un vivero

Respuestas	Número de Personas
Trámite Normal	10
Permiso Especial	2

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Porcentaje según el trámite que se debe usar para establecer un vivero



Fuente: Elaboración propia, 2017.

A los participantes del instrumento se les consultó bajo qué figura legal está inscrito su vivero, para conocer cuál es la más utilizada en los negocios de esta clase.

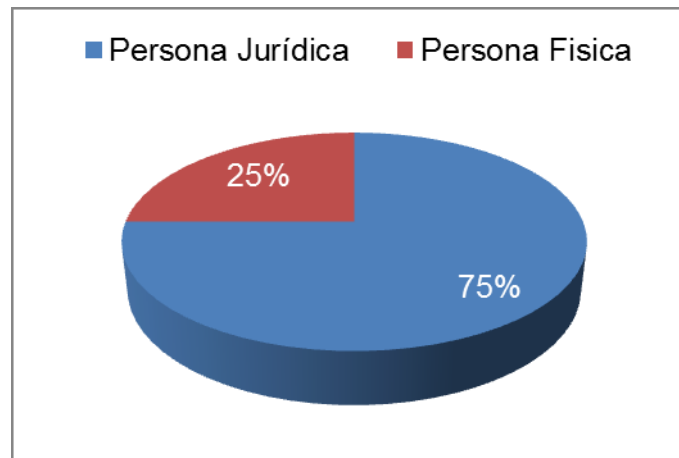
Un total de 75% de los dueños o trabajadores de viveros respondieron que su negocio se encuentra bajo persona jurídica. Esto se puede dar debido a que bajo esta figura legal se paga menos impuesto sobre la renta después de los ₡5.251.000 en ingresos, además que al inscribir la empresa de esta forma, el dueño de la empresa salvaguarda sus bienes personales.

Figura legal utilizada en la inscripción de un vivero

Respuestas	Número de Personas
Persona Física	3
Persona Jurídica	9

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Porcentaje según la figura legal usada en la inscripción de un vivero



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Con el fin de determinar los factores administrativos necesarios en un vivero, se le preguntó a los dueños o trabajadores de los viveros si sus negocios contaban con misión y visión. Esto para ayudar a determinar si en esta clase de negocio se debe contar con una buena planeación.

Del total de los 12 viveros, la mitad sí cuentan con una misión y una visión. Esto demuestra que los factores administrativos como la planeación no son tomados en cuenta por todos los negocios de esta clase. Sin embargo, se observa en las visitas que las empresas que

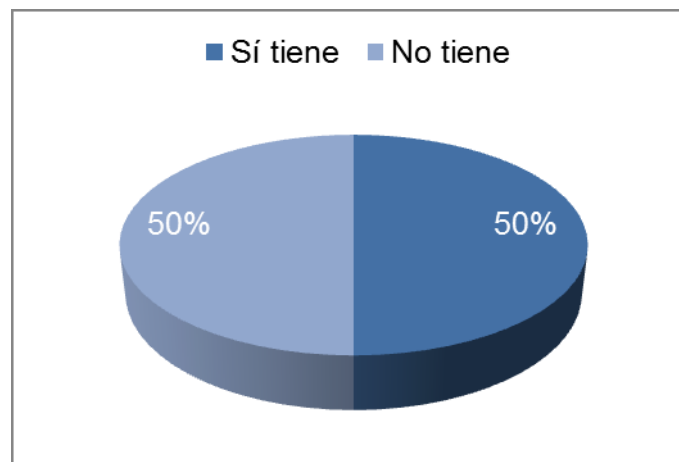
contaban con este factor contaban con mejores instalaciones, más variedad de productos, entre otras cosas.

Cantidad de viveros que cuentan con una misión y visión

Respuestas	Número de Personas
Sí tiene	6
No tiene	6
Total	12

Fuente: Elaboración propia, 2017

Porcentaje de viveros que cuentan con una misión y visión



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Para la realización de esta investigación, es necesario conocer cómo se organiza un vivero. Por lo cual se le preguntó a los participantes del instrumento que si en su negocio tenían alguna forma de organización estructurada, donde se especificaran las tareas del personal y los requisitos que estos deben cumplir para ser parte de la empresa.

Un 67% de las personas que respondieron el cuestionario, mencionaron que en sus viveros sí contaban con una organización estructurada del trabajo de sus colaboradores. Esto refleja que

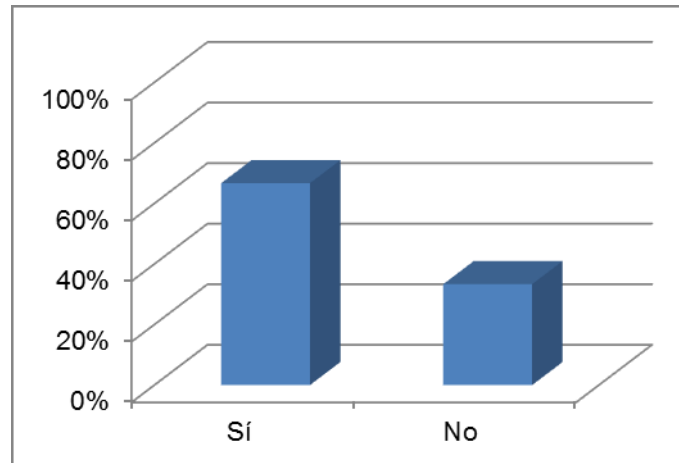
este es un factor utilizado en estas clases de negocio, lo cual puede ser determinante para que estos tengan éxito.

Cantidad de viveros con una organización estructurada

Respuestas	Número de Personas
Sí	8
No	4
Total	12

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Porcentaje de viveros que poseen o no una organización estructurada



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Con el fin de conocer el tamaño con el que debe contar las instalaciones de un vivero para poder desarrollar sus actividades, se les preguntó a los participantes el área en metros cuadrados de sus establecimientos.

Una mayoría contestó que sus locales se ubican entre los 0 a 300 m². Lo que muestra que un vivero no necesariamente ocupa grandes extensiones de terreno para desarrollar su producción y ratifica lo mencionado anteriormente en la investigación donde se decía que los negocios de esta clase que se ubican en la gran área metropolitana no cuentan con amplias instalaciones.

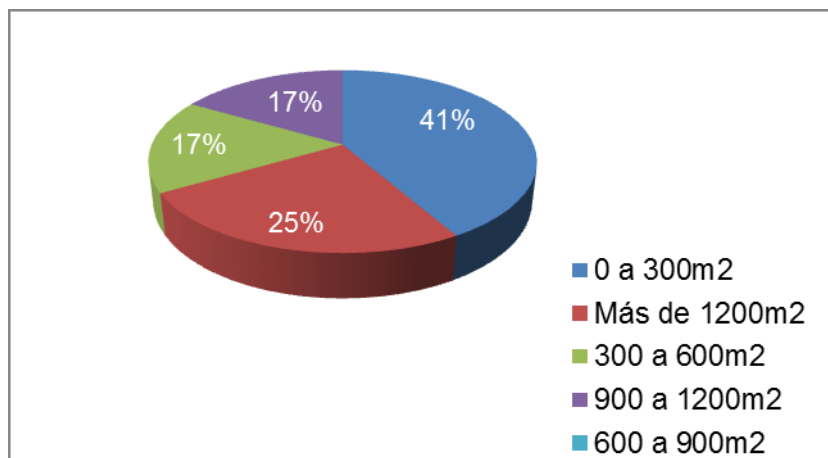
Por otra parte, dos de los encuestados respondieron que contaban con locales con áreas entre los 300 y 600m²; otros dos encuestados indicaron tenían establecimientos entre los 900 y 1200m² y por último, tres de los participantes del instrumento respondieron que el terreno de sus viveros es superior a los 1200m². Lo anterior, deja ver que son pocos los que tienen gran cantidad de terreno para producir y vender plantas y ofrecer productos complementarios y otros servicios.

Cantidad de viveros según el área de sus instalaciones

Respuestas	Número de Personas
0 a 300m ²	5
300 a 600m ²	2
600 a 900m ²	0
900 a 1200m ²	2
Más de 1200m ²	3
Total	12

Fuente: Elaboración propia, 2017

Porcentaje de viveros según el área de sus instalaciones



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Para este proyecto es importante determinar si los viveros de la provincia de Heredia producen las plantas que comercializan o solo funcionan como revendedores como se mencionó anteriormente en la investigación.

Por lo tanto, se les realizó la pregunta a los dueños o trabajadores de los viveros si sus negocios funcionan como productor y vendedor, productor y revendedor, o solo como revendedor.

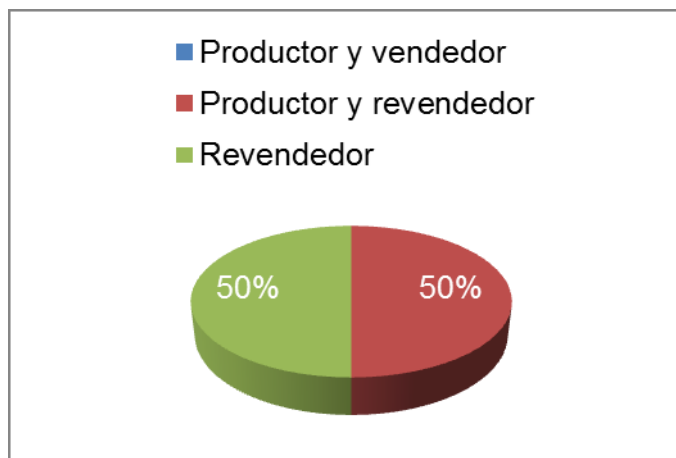
La mitad de las personas respondieron que sus viveros funcionan solo como revendedores, mientras la otra mitad dijo que producen y también revenden plantas. Lo anterior demuestra que no necesariamente se debe contar con producción de plantas para que un negocio de este tipo sea viable. Sin embargo, producir las plantas puede ser menos costoso que comprarlas a proveedores.

Cantidad de viveros según sean productores o revendedores

Respuestas	Número de Personas
Productor y vendedor	0
Productor y revendedor	6
Revendedor	6
Total	12

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Porcentajes de viveros según sean productor o revendedor



Fuente: Elaboración propia, 2017.

A los participantes que mencionaron que sí producen sus plantas (6), se les preguntó qué clase de equipo utilizan para desarrollar este proceso. Esta pregunta fue de selección múltiple. En ella se colocó como posibles respuestas diferentes herramientas para que ellos escogieran las utilizadas en la producción de sus viveros.

La mayoría de encuestados escogió todo el equipo por el que se les preguntó. Las únicas herramientas que no son utilizadas por todos los viveros en su producción son el machete y la regadera.

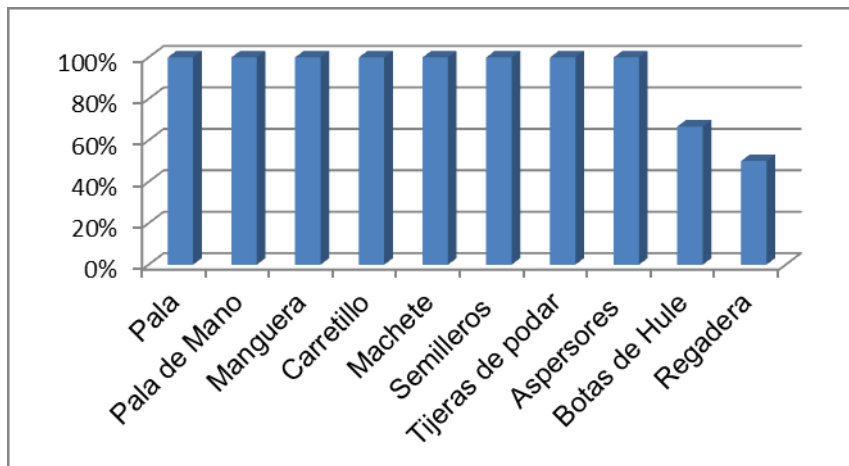
El administrador del Vivero Forestal de la Escuela de Ciencias Ambientales de la Universidad Nacional, por fuera del cuestionario también mencionó que: “hay que contar con otras cosas como bandejas de germinación, machetes de mano, un palín”.

Equipo necesario para la producción de plantas según los dueños y trabajadores de viveros

Respuestas	Número de Personas
Pala	6
Pala de Mano	6
Manguera	6
Carretillo	6
Machete	4
Botas de Hule	6
Semilleros	6
Tijeras de podar	6
Regadera	3
Aspersores	6

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Porcentajes según el equipo necesario para la producción de plantas de acuerdo con los dueños y trabajadores de viveros



Fuente: Elaboración propia, 2017.

A los participantes de instrumento que mencionaron que sí producen sus plantas (6), se les consultó también sobre las materias primas. Lo cual, es un conocimiento de gran importancia para poder explotar un vivero en el proceso de producción de plantas. La pregunta utilizada fue abierta.

Las respuestas de los participantes indican que la mayoría usa casi en su totalidad los mismos elementos para producir una planta para la venta: tierra, agua, semilla y un recipiente sea cual sea. Esta materia prima es la básica con la que debe contar una empresa de esta clase para producir sus plantas.

Es bueno destacar, que si se quiere explotar un vivero el cual produzca plantas para la venta tiene que contar con proveedores que le suplan de la materia prima necesaria, de lo contrario, no sería viable el negocio.

Materia prima usada para producir plantas por los viveros de Heredia

Códigos	Categorías	Número de Personas
1	Sustrato, semillas, agua, enraizador, tierra, abono, fertilizante y bolsa de almácigo.	3
2	Sustrato, semillas o estaca, agua, tierra, abono y bolsa de almácigo.	2
3	Tierra, semilla, agua y bolsa de almácigo	1

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Para el presente proyecto también fue importante conocer cuáles son las clases de plantas que comercializan los viveros de la provincia de Heredia, debido a que las plantas son el producto

principal de este tipo de empresas y si un negocio de esta clase no cuenta con ellas, no sería viable su establecimiento.

En el instrumento se indagó con los dueños y trabajadores de los viveros sobre los tipos de plantas que estos comercializan. La consulta se realizó mediante una pregunta de selección múltiple donde estaban las opciones de plantas ornamentales, árboles frutales, palmas, árboles ornamentales y plantas medicinales.

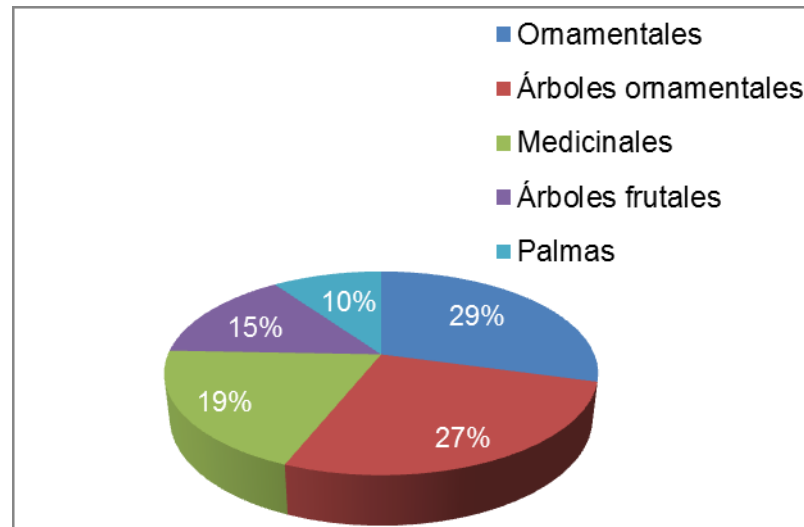
Las respuestas mostraron que las plantas que más se ofrecen en los viveros son las plantas y árboles ornamentales. Esto indica que si se quiere explotar una nueva empresa de esta clase, debe contar con estos productos como mínimo para así poder tener mayor viabilidad.

Plantas que comercializan los viveros de la provincia de Heredia

Respuestas	Número de Personas
Ornamentales	12
Árboles frutales	6
Palmas	4
Árboles ornamentales	11
Medicinales	8

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Porcentaje según las Plantas que comercializan los viveros de la provincia de Heredia



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Al igual que con los tipos de plantas, es fundamental para la investigación determinar qué servicios ofrecen los viveros ubicados en Heredia. Esto ayuda a conocer las clases de estos productos intangibles que más se comercializan en los viveros, que pueden ser una oportunidad para un negocio nuevo.

Se les preguntó a los encuestados que si en los viveros para los cuales laboran ofrecen los servicios de diseño y elaboración de jardines, alquiler de plantas, mantenimiento y limpieza de áreas verdes, enzacatado o no se ofrece ningún servicio. Esta pregunta contaba con la característica de que se podía marcar más de una opción, debido a la posibilidad de que se brindaran diferentes servicios en una misma empresa.

Cinco de los participantes seleccionaron el diseño y la elaboración de jardines. Esto permite identificar que es el servicio más ofrecido por los viveros y posiblemente se puede dar debido a que es el buscado por gran parte de los clientes. Lo que podría aumentar la viabilidad de una empresa nueva de esta clase si se ofrece un servicio de este estilo.

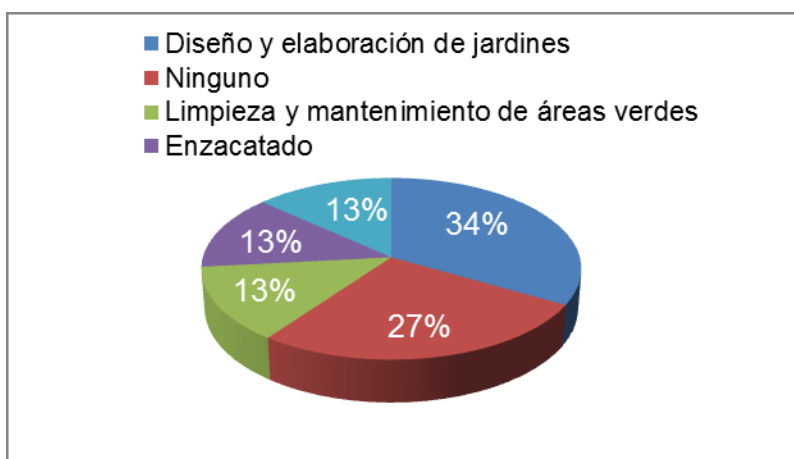
Con respecto a los otros servicios muy pocos viveros los ofrecen. Esto puede ser una oportunidad para un negocio nuevo en la industria. Es importante mencionar que 4 viveros no ofrecen ningún servicio.

Servicios ofrecidos por los viveros de la provincia de Heredia

Respuestas	Número de Personas
Diseño y elaboración de jardines	5
Alquiler de plantas	2
Limpieza y mantenimiento de áreas verdes	2
Enzacamado	2
Ninguno	4

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Porcentajes según los servicios ofrecidos por los viveros de Heredia



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Un factor importante por considerar es que en los viveros no solo se venden plantas y servicios, sino que también se venden productos complementarios. Ofrecer esta clase de productos aumenta la viabilidad de explotar un vivero porque son un factor con el que todo buen negocio de esta clase debe contar, para poder así aumentar sus ganancias y no depender

únicamente de la venta de plantas. Los productos de esta clase más usuales son: semillas, abonos, sustratos, macetas, herramientas de jardín y decoraciones de jardín.

Ello llevó a preguntar a los participantes qué productos de esta clase ofrecen en sus negocios. Esta pregunta al igual que la anterior era de selección múltiple. Es importante decir que 4 viveros no ofrecen bienes complementarios.

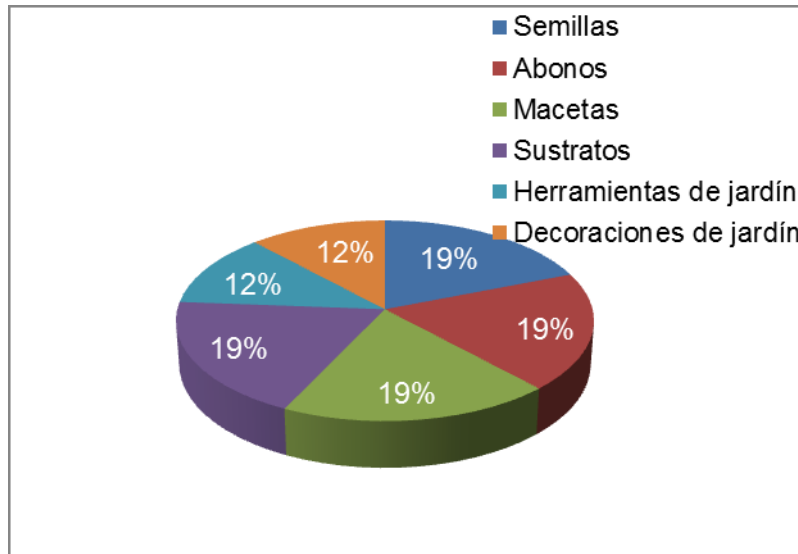
La frecuencia de las respuestas fue muy similar. No obstante, los que tuvieron mayor cantidad de respuestas fueron las semillas, los abonos y macetas. Esto indica que un nuevo participante esta industria para que pueda llevar su negocio a cabo y competir con los demás viveros debería contar con estos productos desde su apertura.

Productos complementarios ofrecidos por los viveros

Respuestas	Número de Personas
Semillas	8
Abonos	8
Sustratos	6
Macetas	8
Herramientas de jardín	5
Decoraciones de jardín	5

Fuente: Elaboración propia, 2017

Porcentajes según los productos complementarios ofrecidos por los viveros



Fuente: Elaboración propia, 2017.

La mano de obra es un factor muy importante para toda empresa, dependiendo del tamaño de esta así también podría ser su viabilidad.

La cantidad de personas que los viveros necesitan para desarrollar sus funciones según se mencionó en la investigación es poca. Por lo tanto, en el instrumento dirigido a los dueños y trabajadores de viveros se consultó sobre el número de empleados que trabajan en cada negocio, para conocer con cuánto personal es viable comenzar una empresa de esta índole.

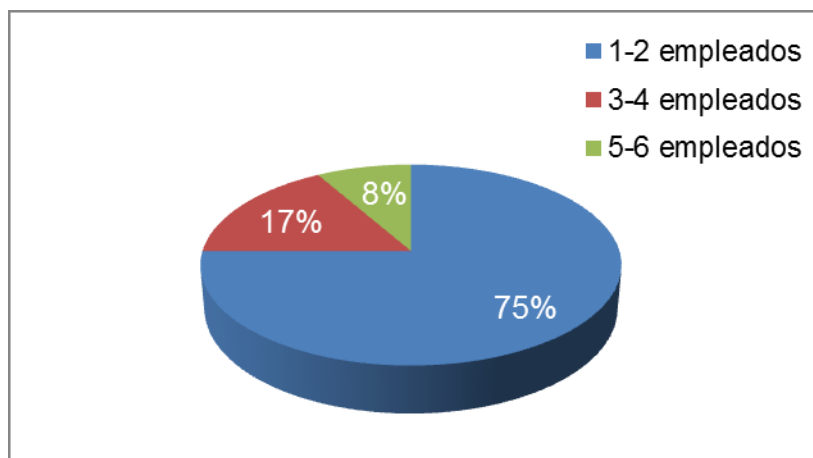
Las personas que respondieron esta pregunta en su gran mayoría seleccionaron que en sus viveros solo cuentan con uno o dos empleados. Lo cual ayuda a determinar que para que un vivero sea viable debe contar como mínimo con dos personas.

Cantidad de personas que trabajan en un vivero

Respuestas	Número de Personas
1-2 empleados	9
3-4 empleados	2
5-6 empleados	1

Fuente: Elaboración propia, 2017

Porcentajes según la cantidad de personas que trabajan en un vivero



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Por último, se consideró necesario conocer la situación económica de las empresas de esta clase en la provincia. Para así determinar si este mercado podría dejar posibles ganancias para un nuevo negocio.

En el instrumento se les preguntó directamente a los dueños y empleados de los viveros por la situación económica de sus negocios y se les dieron cuatro opciones de respuesta de percepción.

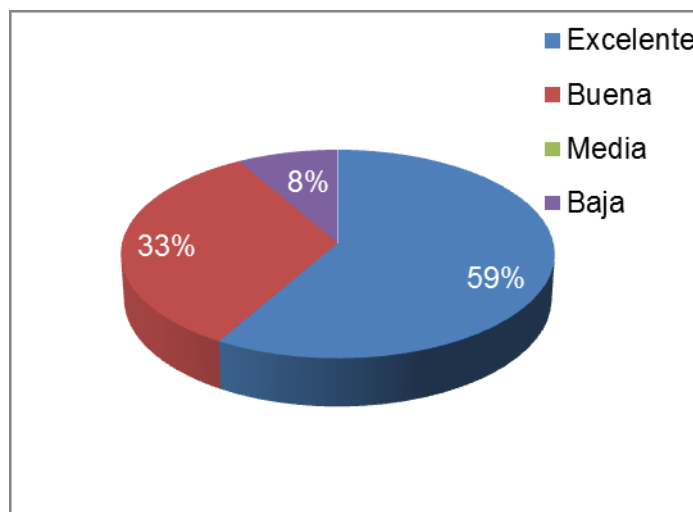
El resultado fue que un 59% de los encuestados mencionaron que sus negocios tenían una excelente situación financiera y un 33% dijeron que era buena. Lo que, lleva a pensar que este mercado genera buenas ganancias y lo hace viable para incursionar en él.

Situación económica de los viveros de la provincia de Heredia

Respuestas	Número de Personas
Excelente	7
Buena	4
Media	0
Baja	1

Fuente: Elaboración propia, 2017

Porcentaje de viveros según la situación económica que tienen



Fuente: Elaboración propia, 2017.