UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOUVENIRS Y ARREGLOS FLORALES PARA LA CIUDAD DE LOJA"

Tesis previa a la obtención del grado de Ingeniero Comercial

AUTOR:

Vinicio Eugenio Chávez Espinosa

DIRECTOR:

Ing.Com. Edison Espinosa Bailón MAE.

LOJA – ECUADOR
2014

CERTIFICACIÓN

ING. COM. EDISON ESPINOSA BAILÓN MAE.

DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICO:

Haber dirigido y supervisado metodológicamente el desarrollo del trabajo de tesis titulado "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOUVENIRS Y ARREGLOS FLORALES PARA LA CIUDAD DE LOJA" de autoría del egresado Vinicio Eugenio Chávez Espinosa, cuyo informe cumple con los requisitos exigidos por los reglamentos de la Universidad Nacional de Loja, con los procedimientos técnicos de un Plan de Negocios y con las normas de Investigación Científica, por lo tanto, autorizo su presentación.

Loja, Abril del 2014

.....

ING. EDISON ESPINOSA BAILÓN MAE
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Vinicio Eugenio Chávez Espinosa, declaro ser autor del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual

Autor: Vinicio Eugenio Chávez Espinosa

Firma: _____

Cédula: 1103342315

Fecha: Loja Abril del 2014

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PÚBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, **Vinicio Eugenio Chávez Espinosa**, declaro ser autor de la tesis titulada **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOUVENIRS Y ARREGLOS FLORALES PARA LA CIUDAD DE LOJA"** como requisito para optar al grado de **INGENIERO COMERCIAL**; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 21 días del mes de abril del dos mil catorce, firma el autor.

FIRMA: .....

AUTOR: **Vinicio Eugenio Chávez Espinosa**
CEDULA: 1103342315
DIRECCIÓN: Loja, san Sebastián
CORREO ELECTRÓNICO: vinacaes@hotmail.com
TELÉFONO: 0983347340

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.

MIEMBROS DE TRIBUNAL

PRESIDENTE: Ing. Lolyta Hualpa Lima Mg. Sc.
VOCAL: Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.
VOCAL: Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

DEDICATORIA

La concepción de este trabajo está dedicada a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos un gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanas y familia en general.

A mí adorada abuelita, Mami Ani, compañera inseparable de cada jornada. Ella representó gran esfuerzo y tesón en momentos de decline y cansancio.

A mis hijos, Kerly y Josué, su presencia ha sido en mí, una motivación, inspiración, y felicidad para poderme realizar.

A mi esposa Mary, por estar a mi lado, brindándome su entrega, dedicación y sobre todo dándome su inmenso amor, durante estos años de mi vida y quien ha sido una pieza clave en mi desarrollo profesional.

Vinicio.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Loja, lugar donde me forme como estudiante, infinitas gracias al Ing. Edison Espinosa Bailón, Director de mi Tesis; y a mis profesores; mi gratitud por todo el apoyo brindado a lo largo de la carrera, por su tiempo, amistad y por los conocimientos que me transmitieron.

Agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo mi vida, por ser mi apoyo, mi luz y mi camino, por haberme dado la fortaleza para seguir adelante en aquellos momentos de debilidad.

A mis amigos por los momentos que pasamos, por las tareas que juntos realizamos. Gracias por la confianza que en mi depositaron.

Muchas personas han formado parte mi vida, a las que me encantaría agradecerles por sus consejos, apoyo, ánimo y compañía. Algunas están aquí conmigo y otras en mi recuerdo y corazón; sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Con afecto sincero,

Vinicio.

a. TÍTULO

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOUVENIRS Y ARREGLOS FLORALES PARA LA CIUDAD DE LOJA”.

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación corresponde a un PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÒN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOUVENIRS Y ARREGLOS FLORALES PARA LA CIUDAD DE Loja, mismo que fue desarrollado en el año 2013 y se inició con la recolección de los referentes teóricos necesarios, luego vino el estudio de mercado que lo hice por medio de la investigación a la población mediante una encuesta aplicada a 383 potenciales consumidores de los productos que comercializará la empresa.

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la factibilidad de implementar una empresa dedicada a la venta de suvenirs y arreglos florales, el mismo se desglosó en: la investigación de mercado, definición de las condiciones técnicas, la estructura administrativa y la evaluación financiera, esta última, para definir la rentabilidad de la idea empresarial en relación a las condiciones del sistema financiero local. En el desarrollo del trabajo se consideró fuentes primarias y secundarias de información.

Una de las principales conclusiones a las que se llegó en la investigación determina la demanda para los servicios de comercialización de souvenirs y arreglos florales, a más de tener un carácter eventual, muestra una tendencia un tanto inalterable, por la tradición cultural de los habitantes de la región y por ende de la ciudad de Loja, además el estudio de mercado

demuestra que de implementarse el proyecto, la empresa tendrá una buena aceptación

De su parte el trabajo permite recomendar que al ponerse en ejecución este proyecto se deberá procurar planificar de la manera más adecuada como se lo hará conocer mediante estrategias adecuadas de mercadeo.

En definitiva el estudio de mercado refleja que la idea de negocios tendrá aceptación en el mercado local, existe intención de compra para los suvenires, es así que en el año 1 de la vida útil del proyecto, se investigó que existirá una demanda efectiva de 57.700 suvenires mientras que para el año 10 esta se incrementa a 63.754. Mientras que para los arreglos florales la demanda en el año 1 es de 41.421 y en el último año (10) será de 45.911 arreglos.

En cuanto a la estructura sobre la cual funcionara la empresa se identifican 5 niveles el Directivo conformado por la Junta General de Accionistas; EL Ejecutivo conformado por la Administración de la empresa; el De Apoyo conformado por la Secretaria-Contadora y El Operativo conformado por la Unidad de Comercialización y la de Finanzas o de Adquisición, esta se considera la estructura ideal para el funcionamiento de la misma.

En cuanto a la situación financiera el proyecto muestra rentabilidad situación que se concluye en base a los resultados de los indicadores de evaluación financiera así, el Valor Actual Neto es de 56.353,25; mientras que la Tasa Interna de Retorno es de 101,61% que es superior al costo de oportunidad

de capital que en el mercado financiero local se aloja entre el 6 y 7 %. De otro lado la Relación Beneficio Costo es del 1,42 lo que significa que por cada dólar invertido, existen 42 centavos de beneficio. Así mismo la inversión se recuperará en 2 años, 2 meses y 24 días es decir está dentro del periodo de vida útil, y por último al aplicar el Análisis de Sensibilidad vemos que el proyecto soporta un 27% de incremento en los costos y de igual forma una disminución de hasta un 20% en los ingresos.

Sin duda esta es una interesante posibilidad de inversión pues, significa una rentabilidad muy superior a la de los mercados financieros locales, cuya tasa pasiva más alta está en el 7%.

Con esta posibilidad de inversión se promoverá el desarrollo comercial de la localidad y se posibilitaran nuevas oportunidades de trabajo.

La empresa tendrá su localización en el centro de la ciudad de Loja y en este espacio se cuenta con todos los servicios básicos.

Por lo tanto se sugiere que este trabajo sea considerado por los inversionistas locales y nacionales.

ABSTRACT

This research corresponds to a BUSINESS PLAN TO CREATE AN COMPANY DISTRIBUTOR FOR SOUVENIRS AND FLORAL ARRANGEMENTS FOR THE CITY OF Loja, it was developed in 2013 and began to research the population through a survey 383 potential consumers of products marketed our company.

The overall objective of this research was to determine the feasibility of implementing a company dedicated to the sale of souvenirs and flower arrangements, it was broken down into market research, defining the technical, administrative structure and financial evaluation, this last, to define the profitability of the business idea in relation to the conditions of the local financial system. Were considered primary and secondary sources of information in the development of the work, stressing that the market investigation consider the 16 cantons of the province of Loja, One of the main conclusions reached in the investigation determines the demand for marketing services and souvenirs floral arrangements have a more casual basis , shows a trend somewhat unchanged by the cultural tradition of the inhabitants of the region and therefore of the city of Loja market research also shows that if implemented the project, the company will have a good acceptance

Work on your part can recommend Al to be implemented this project should aim to plan the best way they will know through appropriate marketing strategies.

Ultimately the market study shows that the business idea will have acceptance in the local market , there is purchase intent for souvenirs , it is so in year 1 of the project life , we investigated that exist effective demand for 57.700 souvenirs while for year 10 this increases to 63.754. While floral arrangements for demand in year 1 is 41.421 and in the last year (10) will be of 45.911 arrangements.

As to the structure on which the company worked 5 levels are identified the Board made by the General Meeting of Shareholders; The Executive consisting of the Directors of the Company ; Support by the Secretary - shaped counters and the Operating Unit comprised of Marketing and Finance or Procurement , this is considered the ideal for the operation of the same structure.

As for the financial situation the project shows profitability situation concluded based on the results of the evaluation and financial indicators , the net present value is 56353.25 ; while the internal rate of return is 101.61 % that is higher than the opportunity cost of capital in the domestic financial market stays between 6 and 7%. On the other hand Benefit Cost Ratio is 1.42 which means that for every dollar invested, there are 42 cents profit. Likewise, the investment will pay off in 2 years , 2 months and 24 days ie is within the period of life , and finally to apply Sensitivity Analysis see that the project supports a 27 % increase in costs and equal represents a decrease of up to 20 % revenue.

No doubt this is an interesting possibility because investment means a return well above that of the local financial markets, whose highest deposit rate is 7%.This investment opportunity the commercial development of the locality and promote new job opportunities will enable.

The company will be located in the center of the city of Loja and this space has all the basic facilities.

Therefore it is suggested that this work be considered by the local and national investors.

c. INTRODUCCIÓN

El mundo actual se caracteriza por la globalización, es decir, la creciente gravitación de los procesos económicos, sociales y culturales de carácter mundial en los ámbitos nacional y regional.

En el país se continua evidenciando la falta de generación de nuevas unidades de producción, las causas son varias pero la más posicionada es la relativa al bajo nivel de emprendimiento que caracteriza a nuestro país, por ello es necesario que se generen nuevas ideas empresariales que luego se concreten en empresas consolidadas que dinamicen los sectores productivos y comerciales, en el contexto de esta problemática se ubica el presente proyecto de factibilidad que analizó las condiciones de oferta y demanda para la empresa de suvenires y arreglos florales, así se investigó las condiciones de precio, plaza y promoción, se definió las capacidades instalada y la capacidad a utilizarse, el proceso del servicio, la estructura administrativa y se evaluó el proyecto financieramente bajo la lógica definida universalmente para este propósito.

Este proyecto tiene como finalidad, la implementación de una Empresa de comercialización de arreglos florales y suvenires, mediante un proceso que permita la prestación del servicio de comercialización en forma adecuada, logrando con esto la satisfacción de los clientes y que se alcancen las expectativas de los inversionistas, calidad y a precios estables, lo que asegura que tendrá una muy buena acogida en el mercado, permitiendo la

creación de nuevas fuentes de trabajo, en beneficio social y económico de la población de la ciudad de Loja

Es importante realizar estudios de inversión para la creación de nuevas empresas, pues es el eje principal para el desarrollo de la economía, es significativo que exista una correcta información acerca de la implementación de empresas, los mismos que garanticen a través de estrategias y planes, un eficiente comportamiento del mercado, y aseguren un adecuado desarrollo y rentabilidad empresarial.

El presente trabajo investigativo corresponde a un **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÒN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOUVENIRS Y ARREGLOS FLORALES PARA LA CIUDAD DE LOJA**, el mismo fue desarrollado en el año 2013 y se inició con la investigación a la población mediante una encuesta aplicada a 383 potenciales consumidores de los productos que comercializará nuestra empresa.

El estudio de mercado refleja que la idea de negocios tendrá aceptación en el mercado local existe intención de compra para los suvenires y así en el año 1 de la vida útil del proyecto se investigó que existirá una significativa demanda efectiva. Esta tendencia se mantiene durante los diez años de vida útil del proyecto.

En cuanto a la estructura sobre la cual funcionara la empresa se identifican 5 niveles el Directivo conformado por la Junta General de Accionistas; El Ejecutivo conformado por la Administración de la empresa; el De Apoyo

conformado por la Secretaria y El Operativo conformado por la Unidad de Comercialización y la de Finanzas, esta se considera la estructura ideal para el funcionamiento de la misma.

En cuanto a la situación financiera el proyecto muestra rentabilidad situación que se concluye en base a los resultados de los indicadores de evaluación financiera así El valor actual neto se aloja en los niveles financieros aceptados como valido financieramente analizado, mientras que la TIR es supera al Costo de Oportunidad del Capital que en el mercado financiero local se aloja entre el 6 y 7 %. De otro lado la relación beneficio costo se aleja en niveles que supera la a la inversión por cada dólar invertido

Sin duda es una muy interesante posibilidad de inversión pues logra una rentabilidad que conviene para el mercado local.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

Souvenir.- **souvenir** o **recuerdo** es un objeto que atesora a las memorias que están relacionadas a él. Esto es análogo a la explotación psicológica del condicionamiento clásico. Por ejemplo, si un viajero compra un *souvenir* en unas vacaciones memorables, él o ella asociarán muy probablemente el *souvenir* a las vacaciones. Recordará ese momento especial cada vez que él o ella miren el recuerdo.

El término se utiliza para los artículos traídos al hogar de lugares turísticos. Tales artículos están marcados a veces o grabados para indicar que su valor es sentimental más que práctico.

Los viajeros compran a menudo *souvenirs* como regalos para sus seres queridos. Esto es común en muchas culturas. En Camerún, por ejemplo, la idea es que alguien que puede permitirse viajar puede también permitirse traer algo para los que no puedan. En Japón, a estos recuerdos se les conoce como *omiyage* y se compran para ser compartidos con los compañeros de trabajo y con familiares. Las ventas del *omiyage* se han vuelto un gran negocio en los sitios turísticos del Japón. En muchas estaciones de tren y aeropuertos venden estos regalos a modo de que los viajeros puedan comprar un *omiyage*

Aries Estudio, Estudio del Souvenir, Vimeo

de última hora antes de volver a casa.

Los *souvenirs* pueden incluir artículos caseros, como por ejemplo camisetas, ceniceros, libretas, postales, sombreros o tazas, entre muchos otros.

Souvenirs en el cantón Loja

A pocos minutos de la ciudad de Loja se encuentra la pequeña población denominada "Cera", aquí se puede apreciar la mejor muestra artesanal del cantón, en el lugar, la mayoría de las familias se dedican a la alfarería, es decir a la elaboración de piezas de arcilla.

Estas artesanías las trabajan con material que lo consiguen en el lugar, una vez que las moldean las llevan a los hornos de leña hasta que obtengan un acabado terracota. Es asombroso ver como la mayoría de la población, niños, jóvenes, hombres y mujeres dominan el arte, en pocos segundos dan forma a la arcilla y tienen lista una nueva creación.

En el mismo lugar se venden los diversos artículos, como ollas, jarrones, pozuelos, maseteros, entre otros, el valor del producto varía dependiendo de su tamaño y dificultad para elaborarlo.

Cera, se encuentra ubicada aproximadamente a unos 45 minutos de la ciudad de Loja, por la carretera que conduce a la costa; en este barrio de la parroquia Tasquil, se puede apreciar la arquitectura de tipo republicano tradicional. La Universidad Técnica Particular de Loja, consciente del papel protagónico que debe cumplir en el desarrollo de la región Sur, promueve y genera diferentes actividades productivas en sus Centros de Transferencia de Tecnología.

Es así que la Planta de Cerámica Cerart fue creada en el año de 1983 con el fin de ser un apoyo para los estudiantes de la Escuela de Bellas Artes, actualmente Escuela de Arte y Diseño, quienes aportan un valor artístico a la cerámica a través del aprovechamiento de los recursos naturales y culturales que se encuentran en torno a la ciudad de Loja y todo el país. La utilización de los diferentes sellos y gráficos de las culturas precolombinas como la

Valdivia, Esmeraldas, Manabí, Palta y su elaboración manual han sido el valor que se le agrega a cada pieza creada en arcilla roja recubierta de engobe negro o blanco. Los diseños son de tipo decorativo, utilitario

La Calle Lourdes, la más hermosa de Loja por su arquitectura colonial, con sus pequeñas casas tradicionales pintadas de diversos y llamativos colores es el escenario ideal para rescatar las tradiciones y cultura de la ciudad. En este lugar se encuentran varios almacenes que venden diferentes tipos de

artesanías locales y nacionales.

Florista.- Se denomina **florista** a la persona que tiene por oficio la preparación y la venta de flores en un comercio. El florista vende tanto flores naturales como artificiales, así como plantas en maceta.

Los floristas desarrollan su actividad en las floristerías, establecimientos en los que tienen expuestas las flores y plantas ofrecidas para la venta, pero también en kioscos, puestos de mercado y mercadillos callejeros. Al contar habitualmente con plantas de interior y exterior, no es anormal que parte de su surtido se despliegue también a la puerta del establecimiento.

Entre las actividades que realiza un florista se encuentran la confección de ramos y otros adornos florales para su puesta a la venta.

Además, confeccionan y presentan diferentes estilos y tamaños de centros, ramilletes, bouquets de flores. Cuida del mantenimiento de las plantas regándolas, podándolas y aplicándoles abono para mantenerlas saludables y las prepara de forma estética antes de su entrega. El florista debe conocer los diferentes estilos, proporciones, tamaños, colores y carácter de las flores, hojas y ramas que se pueden emplear para la confección de las composiciones florales. Del mismo modo, debe conocer los recipientes disponibles (de cerámica, cristal, barro, metal o mimbre) y su mejor combinación con cada planta.

Los floristas venden sus productos para multitud de propósitos, como

cumpleaños, aniversarios o fiestas. Sin embargo, su actividad adquiere especial relevancia con motivo de celebraciones sociales como nacimientos, bodas o comuniones. Para estos casos, confeccionan ramos de novia que se realizan generalmente por encargo.

En los episodios de muerte, también cobran protagonismo elaborando coronas mortuorias que se utilizan en entierros y funerales. Otra fecha señalada es el día de Todos los Santos en el que existe la costumbre de depositar flores en los cementerios en memoria de los difuntos. El florista debe estar al tanto de las costumbres sociales y los rituales religiosos para poner a la venta las plantas más apropiadas para cada ocasión.

Entre las características que debe reunir un florista figuran el conocimiento de las familias florales más populares entre el público y en particular aquéllas que tiene puestas a la venta. Debe conocer sus necesidades de riego, formas de trasplante, cuidados requeridos y tratamientos contra enfermedades. Realiza asesoramiento al respecto a los clientes en el momento de la venta.

Uno de los servicios adicionales que ofrecen las floristerías es el envío de plantas a domicilio, para lo cual el cliente suele adjuntar una tarjeta para el destinatario que incluye algunas palabras de felicitación, pésame, etc.

La **flor** es la estructura reproductiva característica de las plantas llamadas espermatofita o fanerógama. La función de una flor es producir semillas a través de la reproducción sexual. Para las plantas, las semillas son la próxima generación, y sirven como el principal medio a través del cual las especies se perpetúan y se propagan.

Todas las espermatofitas poseen flores que producirán semillas, pero la organización interna de la flor es muy diferente en los dos principales grupos de espermatofitas: gimnospermas vivientes y angiospermas.

Las gimnospermas pueden poseer flores que se reúnen en estróbilos, o la misma flor puede ser un estróbilo de hojas fértiles. En cambio una flor típica de angiosperma está compuesta por cuatro tipos de hojas modificadas, tanto

estructural como fisiológicamente, para producir y proteger los gametos: sépalos, pétalos, estambres y carpelos.

En las angiospermas la flor da origen, tras la fertilización y por transformación de algunas de sus partes, a un fruto que contiene las semillas.

El grupo de las angiospermas, con más de 250.000 especies, es un linaje evolutivamente exitoso que conforma la mayor parte de la flora terrestre existente. La flor de angiosperma es el carácter definitorio del grupo y es, probablemente, un factor clave en su éxito evolutivo. Es una estructura compleja, cuyo plan organizacional está conservado en casi todos los miembros del grupo, si bien presenta una tremenda diversidad en la morfología y fisiología de todas y cada una de las piezas que la componen.

La base genética y adaptativa de tal diversidad está comenzando a comprenderse en profundidad, así como también su origen, que data del Cretácico inferior, y su posterior evolución en estrecha interrelación con los animales que se encargan de transportar los gametos.

Con independencia de los aspectos señalados, la flor es un objeto importante para los seres humanos. A través de la historia y de las diferentes culturas, la flor siempre ha tenido un lugar en las sociedades humanas, ya sea por su belleza intrínseca o por su simbolismo. De hecho, cultivamos especies para que nos provean flores desde hace más de 5.000 años y,

actualmente, ese arte se ha transformado en una industria en continua expansión: la floricultura.

Nuestras florerías en Ecuador se abastecen diariamente de flores colombianas y ecuatorianas, las cuales son utilizadas en la elaboración de arreglos florales ideales para cualquier ocasión. Los arreglos de rosas, gerberas y flores surtidas son los más apetecidos y vendidos por nuestras floristerías en Ecuador. No importa que ocasión celebre, puede estar seguro que nuestras floristerías en Ecuador, harán de su arreglo de flores algo especial

Aunque el día de la madre y el día de san Valentín son ocasiones para enviar arreglos florales a seres queridos desde el exterior, existen otras ocasiones igualmente importantes para enviar un buen ramo de flores.

MARCO CONCEPTUAL

Emprendedor

Realizador de ideas productivas, servidor social a través de iniciativas particulares, quien crea, innova o imita bienes producidos mediante procesos ordenados, satisfaciendo las necesidades del mercado y logrando beneficios económicos y reconocimiento social."[1]

Empresa

Una empresa es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

Definiciones de Empresa

Se puede considerar que una definición de uso común en círculos comerciales es la siguiente: "**Una empresa es un sistema con su entorno materializa una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad comercial**". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa, y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una

[1] RAMIREZ; CAJIGAS. Proyectos de inversión competitivos. Pág. 19

buena definición de la misión. La planificación posterior está condicionada por dicha definición.

La Comisión de la Unión Europea sugiere la siguiente definición: «**Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas, y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular**».

Otra definición -con un sentido más académico y de uso general entre sociólogos- es: "**Grupo social en el que a través de la administración de sus recursos, del capital y del trabajo, se producen bienes o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de una comunidad. Conjunto de actividades humanas organizadas con el fin de producir bienes o servicios**".

Percepciones de la función social de las empresas

Adam Smith se encuentra entre los primeros en teorizar al respecto. Para él una empresa es la organización que permite la "internacionalización" de las formas de producción: por un lado permite que los factores de producción (capital, trabajo, recursos) se encuentren y por el otro permite la división del trabajo. Aun cuando para Smith la forma "natural" y eficiente de tal organización era aquella motivada por el interés privado -por ejemplo: «Es así que el interés privado y las pasiones de los individuos los disponen

naturalmente a volver sus posesiones (stock en el original) hacia el empleo que en el caso ordinario son más ventajosos para la comunidad» - Smith propone que hay también una necesidad o área que demanda acción pública: «De acuerdo al sistema de Libertad Natural, el Soberano sólo tiene tres deberes que atender, tercero, la obligación de realizar y conservar determinadas obras públicas y determinadas instituciones públicas, cuya realización y mantenimiento no pueden ser nunca de interés para un individuo particular o para un pequeño número de individuos, porque el beneficio de las mismas no podría nunca reembolsar de su gasto a ningún individuo particular o a ningún pequeño grupo de individuos, aunque con frecuencia reembolsan con mucho exceso a una gran sociedad» (op. cit p 490 (en inglés) - estableciendo así las bases de lo que algunos han llamado la “Teoría de las empresas públicas”.

El razonamiento de Smith es que es el caso que hay ciertos bienes y servicios cuya existencia o provisión implica beneficios que se extienden a la comunidad entera, incluso a quienes no pagan por ellos (ver Externalidad positiva en Externalidad). Esto da origen -en la percepción de Smith- al problema del polizón, es decir, al problema de que los individuos de esa sociedad están en la posición de beneficiarse, contribuyan o no a los costos. Consecuentemente Smith propone que la manera apropiada y justa de proveer y financiar esos bienes y servicios es a través de impuestos y empresas públicas.

Bienes y servicios que han sido generalmente considerados como incluibles en la producción pública, en adición a los sugeridos por Smith, como la

“defensa” de la sociedad de otras sociedades, la “protección de los ciudadanos de injusticia u opresión por otros”, la educación, algunos caminos y obras públicas (especialmente faros, y algunas obras de defensa fluvial o marinas como espigónes; rompeolas, etc), obras de salud pública (incluyendo alcantarillas, etc), incluyen: redes o sistemas postales; ferroviarias y eléctricas, etc, y, en general, las que constituyen ya sea un monopolio natural o requieren grandes inversiones (que exceden la capacidad de cualquier inversionista real) o las que solo generan ganancia después de un largo periodo, que excede las expectaciones -o incluso la vida- de inversionistas potenciales.

Posteriormente, Paul Samuelson retoma esa percepción de Smith para sugerir que la maximizacion del beneficio o utilidad social se puede lograr satisfaciendo la famosa Condición de Samuelson, lo que ha llevado a algunos a sugerir una economía mixta. En las palabras de Joseph E. Stiglitz: «El verdadero debate hoy en día gira en torno a encontrar el balance correcto entre el mercado y el gobierno. Ambos son necesarios. Cada uno puede complementar al otro. Este balance será diferente dependiendo de la época y el lugar».

Desde otra perspectiva Max Weber llama nuestra atención a los aspectos organizacionales de las empresas. Se ha aducido que Weber sugiere una similitud entre las empresas modernas y los sistemas burocráticos: en ambos el ideal es la racionalización de actividades en aras del resultado, con atención centrada en la eficiencia y productividad. En ambas los “productores” no poseen los medios de producción, medios cuya propiedad

ha sido incrementalmente concentrada en las manos de una élite directora. Esto se da contra un telón de fondo en el cual la consecución de ganancia parece ser el valor supremo, un fin en sí mismo y no el medio para el mejoramiento de la vida (ver La ética protestante y el espíritu del capitalismo).

Sin embargo para Thorstein Veblen -para quien “el ‘sistema industrial moderno’ es una concatenación de procesos que tienen mucho del carácter de un proceso mecánico único, comprensivo, balanceado”. las grandes corporaciones no están primariamente interesadas en maximar las ganancias a través de la producción y venta de productos o servicios. El objetivo principal de los gerentes corporativos es maximar el valor de sus inversiones. Para Veblen el capital de una empresa incluye no solo elementos materiales sino también aspectos intangibles -medido en el buen nombre o reputación de la empresa.

Plan

Esta palabra que ahora nos ocupa tiene su origen etimológico en el latín. Así, podemos saber que en concreto emana del vocablo latino planus que puede traducirse como “plano”.

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

Un plan económico se encarga de la gestión de la actividad económica de una empresa, un sector o una región.

Un plan de inversiones establece el destino que se les dará a los recursos financieros de una empresa.

Un plan de obras permite prever y ejecutar obras por parte de los técnicos y de las administraciones públicas. La noción de plan de servicios tiene un significado similar.

Un plan de pensiones organiza los aportes para percibir una renta periódica al momento de la jubilación, invalidez, viudedad, orfandad o supervivencia.

Un plan de estudios es el conjunto de enseñanzas y prácticas que deben cursarse para completar un ciclo de estudios y obtener un título.

"Unidad productora de progreso económico y social, donde participan empresarios y trabajadores, quienes procesan materiales e información obteniendo bienes demandados por las personas, beneficiándolas y generando así utilidades.

Plan de Negocios

Un plan de negocios es la programación formal de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye, simultáneamente, como una fase de proyección y evaluación precedentes. En ese caso, se emplea internamente por la administración para la planificación de la empresa.

Complementariamente, es útil para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores (p. ej. los business angels o las empresas de capital riesgo), para que aporten financiación al negocio.

Este plan puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario intentará organizar una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

Usualmente los planes de negocio quedan obsoletos, por lo que una práctica común es su constante renovación y actualización. Una creencia común dentro de los círculos de negocio es sobre el verdadero valor del plan, ya que lo desestiman demasiado, sin embargo se cree que lo más importante es el proceso de planificación, a través del cual el administrador adquiere un mejor entendimiento del negocio y de las opciones disponibles.

El prototipo del plan de negocio es:

- Tener definido el modelo de negocio y sus acciones estratégicas.
- Determinar la viabilidad económico- financiera del proyecto empresarial.
- Definir la imagen general de la empresa ante terceras personas.

A diferencia de un Proyecto de Inversión, que ha sido un documento típico del análisis económico-financiero típico de la última parte del siglo XX, el plan de negocios está menos centrado en los aspectos cuantitativos e ingenieriles, aunque los contiene, y está más focalizado en las cuestiones estratégicas del nuevo emprendimiento, como una forma de asegurar su consistencia en el sentido de Arieu (consistencia estratégica).

Aplicaciones

Las principales aplicaciones que presenta un plan de negocio son las siguientes:

Constituye una herramienta de gran utilidad para el propio equipo de promotores ya que permite detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al comienzo de la inversión.

Facilita la obtención de la financiación bancaria, ya que contiene la previsión de estados económicos y financieros del negocio e informa adecuadamente sobre su viabilidad y solvencia.

- Facilita la negociación con proveedores.
- Captación de nuevos socios o colaboradores.
- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.

- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.

Inversión

La palabra latina inversión es el origen etimológico del actual término inversión que ahora vamos a analizar. En concreto, podemos determinar que aquella está conformada por la suma de tres partes: el prefijo in- que puede traducirse como “hacia dentro”, el vocablo versus que es sinónimo de “dado la vuelta” y finalmente el sufijo –ion que es equivalente a “acción”.

Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.

Inversión Por ejemplo: un hombre tiene un ahorro de 20.000 dólares. Con ese dinero, puede comprarse un auto. Sin embargo, decide invertir ese

dinero en acciones de una empresa con el objetivo de venderlas, más adelante, a mayor precio. Los 20.000 dólares que invierte en acciones pueden transformarse, en cinco años, en 40.000 dólares. En ese momento, el sujeto recogerá el beneficio de su inversión y habrá duplicado su capital, con lo que podrá comprar el vehículo y le sobrará dinero. Sin embargo, recordemos que, en un principio, dejó de lado la satisfacción inmediata de un deseo (la compra del auto).

Las empresas suelen hacer inversiones en todo momento. Algunas son necesarias para su funcionamiento cotidiano (como la compra de computadoras). Otras son concretadas con vistas a futuro, como la compra de una costosa maquinaria que le permitirá incrementar la producción.

Así, una empresa textil que tiene una capacidad productiva de 1.000 pantalones por día, decide adquirir una máquina para producir 2.000 pantalones diarios. En un principio, la inversión supondrá un gasto para la empresa, ya que deberá desembolsar dinero para comprar la máquina. El objetivo será recuperar ese dinero con el aumento de la producción y, en un tiempo, obtener más ganancias que las que conseguía antes de la adquisición.

Además dentro del ámbito empresarial nos encontramos con lo que se conoce como plan de inversiones. Se trata en concreto de un proyecto

donde aparece recogido de manera clara el destino de lo que son los recursos financieros que tiene una compañía o empresa.

Y todo ello sin embargo tampoco que es muy frecuente hablar de lo que damos en llamar fondo de inversiones. Un término aquel con el que nos referimos al fondo donde se unen los capitales que un determinado número de personas van a destinar a llevar a cabo inversiones de distinto tipo y calado.

Una inversión contempla tres variables: el rendimiento esperado (cuánto se espera ganar), el riesgo aceptado (qué probabilidad hay de obtener la ganancia esperada) y el horizonte temporal (cuándo se obtendrá la ganancia).[2]

Sectores básicos de Inversión

Los emprendedores inversores siempre han encontrado necesario conocer en qué sector están valorando arriesgar sus recursos, entendido esto no solo en términos de identificar en cuál de los cinco grandes sectores dichos (industria, servicios, minero, comercio y agrario) se invertirá sino, y más importante aún, en el sentido de valorar cómo se está comportando en su dinámica económica el renglón de análisis.

[2] http://definicion.de/inversion/#ixzz2yPJ12SZs

Proyecto de inversión

"Es toda iniciativa emprendedora, en una empresa nueva integralmente vista, o en un frente específico de una organización en operación, la cual exige aplicar factores de producción, para obtener beneficios tangibles o intangibles, traducidos en bienes materiales, aportantes de riqueza o bienes sociales, que mejoran el capital humano o el sistema de vida general."[3]

Estudio de mercado

Consiste en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta adquirir a determinados precios. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de la unidad específica a un precio determinado.

Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

[3] RAMIREZ; CAJIGAS. Proyectos de inversión competitivos. Pág. 42

Producto

Consiste las características del bien o el servicio en que el empresario pone a disposición a los consumidores.

Precio

Es el valor mercantil que se le da a un bien o servicio, a que los productores están dispuestos a vender y los compradores a comprar y de esta forma estimar los márgenes de comercialización, las utilidades del empresario y la capacidad de competencia del producto y servicio.

Promoción

Consiste en el sistema de la difusión y consecución de la aceptación del servicio por parte de los consumidores.

Plaza

Se refiere a los lugares a los que el consumidor puede acceder para comprar los productos o los servicios.

Evaluación Financiera

Una vez que se ha determinado las inversiones fijas y corrientes necesarias para la implementación del proyecto de inversión, es oportuno evaluar desde el punto de vista financiero, a fin de determinar la rentabilidad que le produciría el negocio.

Dentro de los criterios de evaluación tomaremos en cuenta los siguientes métodos:

Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar.

Para calcular periodo recuperación de capital se aplica la siguiente formula:

$$\boxed{PRC = ASI + \left(\frac{Inversión - \sum \Pr ime.Flujos}{FASI} \right)}$$

En Donde:

RBC: Periodo Recuperación de Capital

ASI: Año que supera Inversión.

$\sum$ **:** Sumatoria de Primeros Flujos

FASI: Flujo año que supera Inversión.

Plazo o período de recuperación del capital, es el tiempo que tarda en recuperarse el desembolso inicial.

Valor Actual Neto (VAN)

Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la

inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Si el VAN es positivo (+), se acepta la inversión.

Si el VAN es negativo (-), la inversión se rechaza.

Si el VAN es igual a cero (0), queda a criterio del inversionista asignar o no recursos al proyecto.

Para calcular el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$\boxed{VAN = \sum VA_1^n - Inversion}$$

En Donde: **VAN:** Valor Actual Neto

$\sum$ **:** Sumatoria

VA **:** Valores Actuales

n : Años

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final.

Si la TIR es superior al costo de oportunidad o costo de capital se inserta la inversión.

Si la TIR es inferior al costo de oportunidad o de capital la inversión se rechaza.

Si la TIR es igual al costo de oportunidad o de capital es criterio del inversionista asignar o no recursos al proyecto.

Para calcular la tasa interna de retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

En Donde:

TIR : Tasa Interna de Retorno.

Tm : Tasa Menor.

VAN Tm: VAN de la Tasa Menor.

Dt: Diferencia de Tasas.

VAN TM: VAN de la Tasa Mayor.

Relación Beneficio Costo (RBC)

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Si la relación beneficio costo es mayor que 1 el proyecto se acepta.

Si la relación es igual a 1 es criterio del inversionista.

Si la relación es menor que 1 el proyecto se rechaza.

Para calcular relación beneficio costo se aplica la siguiente formula:

$$RBC = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}$$

Análisis De Sensibilidad

Se denomina análisis de sensibilidad porque muestra cuán sensible es, el presupuesto de caja a determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos.

El análisis de sensibilidad se calcula bajos dos escenarios:

1. Incrementos de costos e Ingresos constantes.
2. Disminución de ingresos y costos constantes.

Procedimiento:

- Se calcula la nueva tasa interna de retorno aplicando la siguiente fórmula:

$$NTIR = Tm + DT\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

- Para calcular la tasa interna resultante aplicamos la siguiente formula:

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

En Donde:

TIRR: Tasa Interna de Retorno Resultante.

TIRP: Tasa Interna de Retorno del Proyecto.

N. TIR: Nueva Tasa Interna de Retorno.

- Se calcula el porcentaje de variación con la siguiente fórmula:

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO}\right) X100$$

En Donde:

% V: Variación

TIRR: Tasa Interna de Retorno Resultante.

TIRP: Tasa Interna de Retorno del Proyecto.

100 : Constante de corrección.

- Para calcular el valor de sensibilidad se aplica la fórmula:

$$\boxed{S = \left(\frac{\%V}{NTIR} \right)}$$

De ahí:

S: Valor de Sensibilidad

% V: Porcentaje de Variación.

N.TIR: Nueva Tasa Interna de Retorno.

e. MATERIALES Y METODOS

MATERIALES

Los materiales que se utilizaron en este proyecto fueron:

- ✓ Hojas de papel bond
- ✓ Carpetas
- ✓ Tableros
- ✓ Bolígrafos
- ✓ Calculadora
- ✓ Computadora
- ✓ Impresora

MÉTODOS

La metodología empleada en el desarrollo de la presente propuesta se presenta a continuación:

- **Método Analítico**

El método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiendo en sus partes los elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Este método permitió conocer más el objeto de estudio, a través de la clasificación y ordenamiento de cada uno de los contenidos teóricos, y se utilizó en la parte práctica.

- **Método Sintético.**

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; en la presente investigación permitió la elaboración de las conclusiones y el planteamiento de las recomendaciones resultantes del proceso investigativo.

- **Método Inductivo**

Es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares, este método facilitó el estudio de mercado permitiendo determinar la demanda insatisfecha.

- **Método Deductivo**

Es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular. El presente trabajo se enmarca dentro de un estudio deductivo, con lo que se busca determinar las características principales del mercado potencial. En el presente estudio se aplicó el método deductivo, en el Estudio Técnico, Financiero y en las Conclusiones y Recomendaciones.

TÉCNICAS:

- **Observación**

La observación es una técnica de investigación básica, en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Esta técnica fue utilizada en el transcurso del estudio de mercado, permitiendo observar el comportamiento de los consumidores así como de los ofertantes.

- **Encuesta**

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Las encuestas se emplearon en el Estudio de Mercado para determinar las expectativas de los potenciales clientes y conocer a la competencia, para lo cual se elaboró un cuestionario de preguntas dirigidas a la población del cantón Loja, siendo necesario el cálculo de una muestra debido al tamaño de la población total.

- **Población en estudio**

La población en estudio está conformada por los habitantes del Cantón Loja, para el presente estudio se tomó como población a las personas cuyas edades oscilan entre los 18 a 65 años, es decir se trabajó con la Población Económicamente Activa (PEA), cifras que se presentan a continuación en el siguiente cuadro:

Edad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
18	2,402	2,444	4,846
19	2,335	2,379	4,714
20	2,166	2,378	4,544
21	2,043	2,290	4,333
22	2,245	2,379	4,624
23	2,017	2,262	4,279
24	1,985	2,178	4,163
25	1,953	2,090	4,043
26	1,898	1,970	3,868
27	1,842	1,970	3,812
28	1,769	1,942	3,711
29	1,632	1,869	3,501
30	1,619	1,807	3,426
31	1,377	1,696	3,073
32	1,340	1,593	2,933
33	1,355	1,465	2,820
34	1,255	1,442	2,697
35	1,261	1,417	2,678
36	1,214	1,391	2,605
37	1,146	1,332	2,478
38	1,131	1,337	2,468
39	1,084	1,389	2,473
40	1,122	1,354	2,476
41	998	1,219	2,217
42	1,032	1,329	2,361
43	969	1,145	2,114
44	999	1,156	2,155
45	1,093	1,271	2,364
46	1,034	1,235	2,269
47	947	1,174	2,121
48	976	1,165	2,141
49	919	1,099	2,018
50	1,007	1,091	2,098
51	768	903	1,671
52	809	955	1,764
53	764	924	1,688
54	783	837	1,620
55	784	926	1,710
56	727	835	1,562
57	749	763	1,512
58	625	766	1,391
59	625	698	1,323
60	624	778	1,402
61	518	599	1,117
62	534	579	1,113
63	537	596	1,133
64	546	632	1,178
65	554	601	1,155
	58,112	**65,650**	**123,762**

El cuadro muestra el total de la población económicamente activa del cantón Loja (PEA), cuyas edades oscilan entre los 18 a 65 años de edad, de acuerdo al sexo existen 58.112 hombres y 65.650 mujeres, en total existen 123.762 habitantes en el año 2010.

Para efectuar un Estudio de Factibilidad es necesario contar con datos aproximados a la realidad, por ello se requiere actualizar la información, es decir, con los datos anteriormente presentados y considerando la tasa de crecimiento del Cantón Loja que es del 1,15%, dato obtenido del INEC, se realizó el cálculo de la población actual, de la siguiente manera:

Proyección de la Población Comprendida entre los 18 a 65 Años de Edad para el Año 2013

CUADRO DE LA PROYECCIÓN DE LA PEA DE LOJA					
SEXO	**POBLACIÓN 2010**	**T.C. %**	**POBLACIÓN 2012**	**POBLACIÓN 2013**	**%**
Hombre	58.112	0,01%	59.456	60.139	46,95
Mujer	65.650	0,01%	67.169	67.942	53,05
TOTAL	123.762	0,01%	126.625	128.081	100%

Forma de cálculo

$$\boldsymbol{PO} = Pa\,(1+i)^n$$

$$\boldsymbol{PO} = 123{,}762\,(1+0{,}0115)^3$$

$\boldsymbol{PO}$ = **128,081 habitantes (año 2013)**

Determinación del Tamaño de la muestra

Establecido el universo en estudio, se procedió a extraer la muestra que serviría de base para aplicar posteriormente la encuesta, es así que estimando un margen de error del 5% se utilizó la siguiente fórmula:

FÓRMULA PARA DETERMINAR LA MUESTRA

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathrm{Z}^2(\mathrm{p} * \mathrm{q}) * \mathrm{N}}{(E)^2(N-1) + (p * q)Z^2}$$

De donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza (95% = 1,96 tabla de distribución normal)

p = 0,50 probabilidad de que el evento ocurra

q = 0,50 probabilidad de que el evento no ocurra

N = 128.081 habitantes del Cantón Loja

$\sum^2$ = 0,05 de margen de error.

Sustituyendo:

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathrm{Z}^2(\mathrm{p} * \mathrm{q}) * \mathrm{N}}{(E)^2(N-1) + (p * q)Z^2}$$

$\boldsymbol{n}$ = (1,96) ²(0,50*0,50)*128.081 / (0,05) ²(128.081-1)+(0,50*0,50)(1,96) ²

$\boldsymbol{n}$ = 3,8416*0,25*128.081/(0,0025*128.080)+(0,25*3,8416)

$\boldsymbol{n}$ = 123.008,99/321,1604

$\boldsymbol{n}$ **= 383 encuestas**

PROCEDIMIENTOS

El proceso que se siguió para el desarrollo de la presente tesis, se inició con la recolección de los referentes teóricos, los cuales permitieron una mejor compresión del tema a investigar; seguidamente se procedió a elaborar la encuesta con el fin de recolectar la información necesaria para el estudio de mercado y con esta información determinar la demanda insatisfecha.

Determinada la demanda insatisfecha se procedió a determinar la micro y macro localización, procurando establecer el lugar idóneo para la localización de la empresa.

Posteriormente se inicia con la tercera fase que consiste en el estudio Organizacional, en esta etapa se determinó la estructura óptima para el adecuado funcionamiento administrativo de la empresa, se presenta el organigrama en el que se evidencia los niveles jerárquicos que integran la empresa, además se analizó la base legal de la empresa a crearse.

Finalmente se realizó el Estudio Financiero, en el cual se determina la inversión inicial, es decir la cifra económica necesaria para la puesta en marcha del proyecto, de igual manera se elaboró los estados financieros proyectados, el flujo de caja, determinación de costos, punto de equilibrio, valor actual neto, relación beneficio costo, tasa interna de retorno y el análisis de sensibilidad.

f. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LA PEA DE LA CIUDAD DE LOJA

Demandantes de los Suvenires

1. ¿A usted le gusta realizar eventos familiares?

Cuadro 1
GUSTO POR EVENTOS FAMILIARES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	154	40%
No	229	60%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 1

Interpretación y Análisis: Respecto a esta interrogante se puede mencionar que el 60% de las personas encuestadas si realizan eventos familiares, mientras que un 40% manifiestan que no realizan este tipo de actividades, esta información se constituye en la primera instancia para la determinación de la demanda de los productos del proyecto.

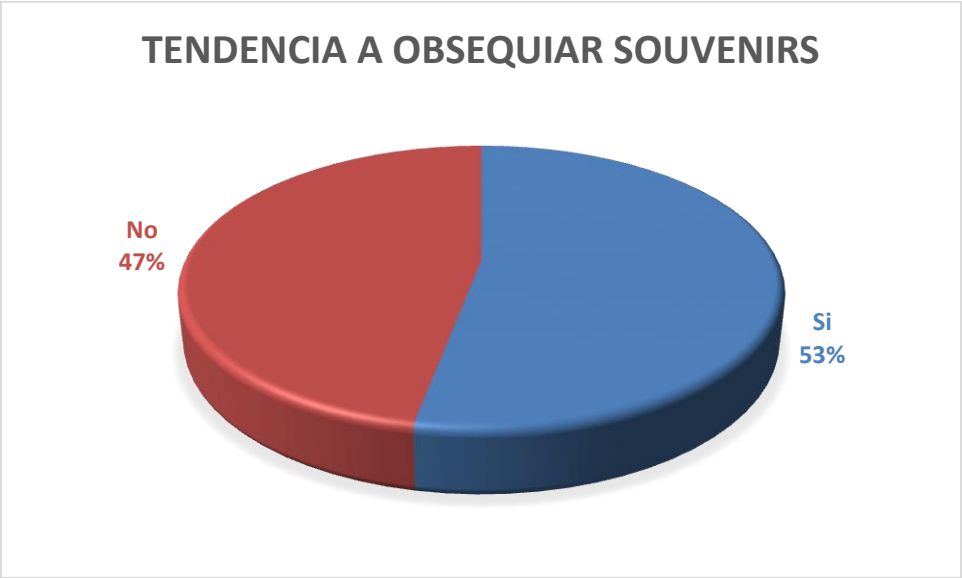
2. ¿Obsequia usted Souvenirs?

Cuadro 2
TENDENCIA A OBSEQUIAR SOUVENIRS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	53%
No	72	47%
Total	**154**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 2



Interpretación y Análisis: El 53% de las personas que si realizan eventos si obsequian suvenires a sus invitados y el 47 % no obsequian, como se puede inferir de la información tabulada la mayoría si obsequia suvenires, situación que es beneficiosa para nuestro proyecto, la información obtenida permite inferir la demanda potencial.

3. ¿En el año cuántas veces obsequia Souvenirs aproximadamente?

Cuadro 3
VECES EN EL AÑO QUE OBSEQUIA SOUVENIRS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	154	100%
3 a 4	0	0%
5 a 6	0	0%
Total	**154**	**100%**

Gráfica 3

Interpretación y Análisis: El 100% de los encuestados indican que ellos obsequian Souvenirs una vez aproximadamente en el año, indicando así mismo que hay años que no obsequian ninguno. Esta información aporta positivamente al éxito del presente proyecto pues da cuenta de una demanda permanente para nuestros productos, con esta información se puede establecer la compra promedio por parte de los consumidores de suvenires.

4. ¿Cuántas unidades de Souvenirs compra por año?

Cuadro 4
COMPRA DE SOUVENIRS AL AÑO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 —12	113	59%
12—24	34	34%
25 a 36	7	7%
Total	**154**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 4

Interpretación y Análisis: Según las respuestas de esta interrogante se puede observar que el 59% compra de 12 a 24 unidades de Souvenirs al año; esto es debido ellos obsequian a los invitados más allegados o en otras ocasiones son pequeños eventos, el 34% compra de 12 a 24 Souvenirs y el 7% compra de 25 a 36 unidades de Souvenirs.

El cálculo de la compra promedio de Souvenirs se lo efectúa de la siguiente manera:

Cuadro N°5

COMPRA PROMEDIO				
Li	LS	Xm	Fr.	xm.FR
1	12	6,5	21	136,5
13	24	18	36	648
25	36	30	97	2910
			154	3695
				24,0

Fuente: Cuadro N°4
Elaboración: El Autor

Con estos resultados se calcula la compra promedio de los Souvenirs a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{3695}{154}$$

$$\text{Promedio} = 24 \text{ unidades}$$

Lo que demuestra que la compra promedio por persona de souvenirs anualmente es de 24 unidades.

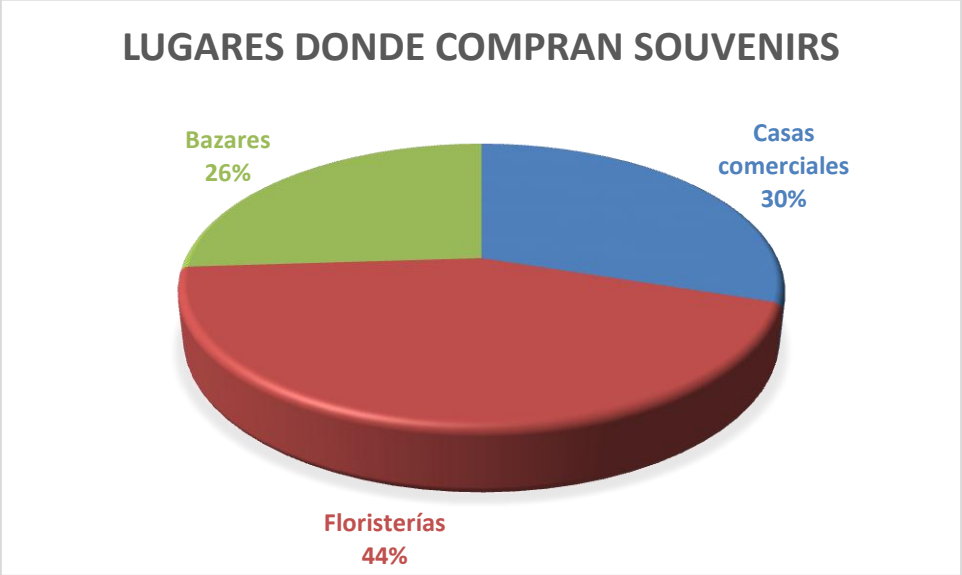
5. ¿En dónde realiza la compra de estos Souvenirs?

Cuadro 6
LUGARES DONDE COMPRAN SOUVENIRS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Casas comerciales	46	30%
Floristerías	68	44%
Bazares	40	26%
Total	**154**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 5



Interpretación y Análisis: Según los datos de la interrogante se puede decir que el 44% indican los lugares donde adquieren este producto es en las floristerías, el 30% manifiestan que es en casas comerciales y el 26% indican que los lugares donde ellos compren los Souvenirs es en los bazares, esta información nos permite establecer importantes elementos de mercadeo como la plaza y también identificar a la competencia.

6. Si se implementaría una nueva empresa dedicada a la venta de Souvenirs. ¿Usted adquiriría nuestro producto?

Cuadro 7
ACEPTACIÒN DE LA NUEVA EMPRESA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	132	85%
No	22	15%
Total	**154**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 6

Interpretación y Análisis: El 85% de los encuestados está de acuerdo que se implementen esta nueva empresa, ya que manifestaron que ellos si adquirirán el producto que se ofrece y el 15% expresaron que ellos no van a adquirir del producto ya que son fieles a las empresas donde ellos adquieren estos productos.

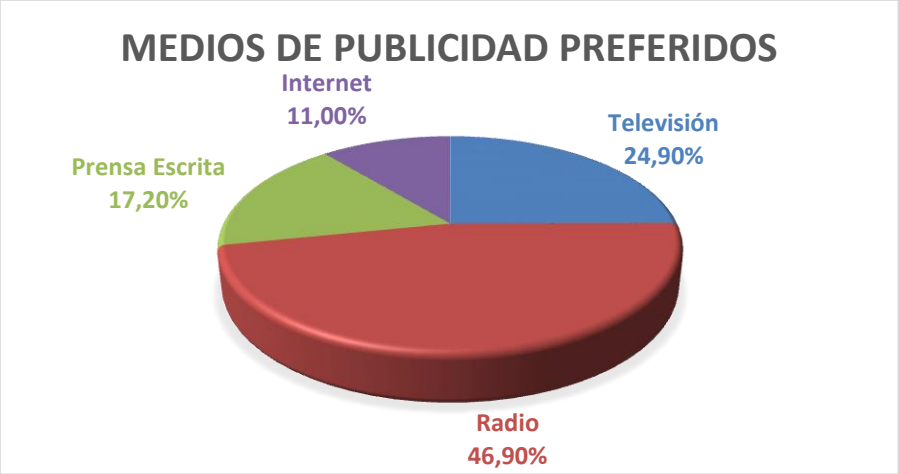
7. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la existencia de esta nueva empresa?

Cuadro 8
MEDIOS DE PUBLICIDAD PREFERIDOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	52	24,9%
Radio	98	46,9%
Prensa Escrita	36	17,2%
Internet	23	11,0%
Total	**209**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 7



Interpretación y Análisis: El 46,9% indica que el mejor medio de comunicación, para la publicidad de esta nueva empresa, es la radio ya que es más escuchada, el 24,9% manifestó que la televisión es un medio muy eficaz, el 17,2% indica que la prensa escrita y el 11% manifiesto que el internet es el medio de comunicación más moderno y adecuado en la actualidad para la publicidad.

ENCUESTA A LOS DEMANDANTES DE LOS ARREGLOS FLORALES

1. ¿A usted le gusta ser detallista?

Cuadro 9
PERSONAS DETALLISTAS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	260	68%
No	123	32%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 8

Interpretación y Análisis: Respecto a esta interrogante se puede mencionar que el 68% de las personas encuestadas si son detallistas, mientras que un 32% manifiestan que no lo son, con la información obtenida en este ITEM, podemos definir las condiciones de la demanda potencial.

2. Qué tipo de detalles son los que más obsequia Ud.? (Elija una opción)

Cuadro 10
DETALLES QUE PREFIERE OBSEQUIAR

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Peluches	47	15%
Regalos	89	27%
Arreglos Florares	145	44%
Otros	46	14%
Total	**327**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 9

Interpretación y Análisis: Según los datos se puede observar que el 44,34% de los encuestados les gusta obsequiar arreglos florares en los días especiales a sus seres queridos, el 27,22% les gusta obsequiar regalos, el 14,37% obsequian peluches y tan solo un 14,07% saben ofrecer otros tipos de obsequios como: joyas, perfumes, cenas, entre otros.

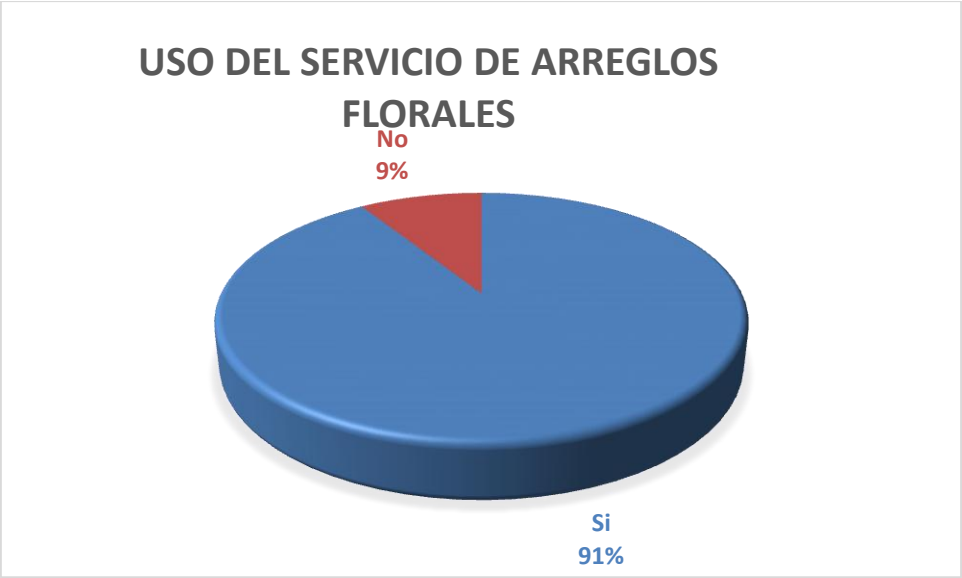
3. ¿Usted utiliza los servicios de arreglos florales?

Cuadro 11
USO DE LOS SERVICIOS DE ARREGLOS FLORALES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	91%
No	10	9%
Total	**110**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 10



Interpretación y Análisis: El 91% de los encuestados ha manifestado que ellos si utilizan el servicio de empresas dedicadas a arreglos florales y el 9% indican que no utilizan estos servicios ya que ellos son creativos y ellos mismos se realizan sus arreglos de flores.

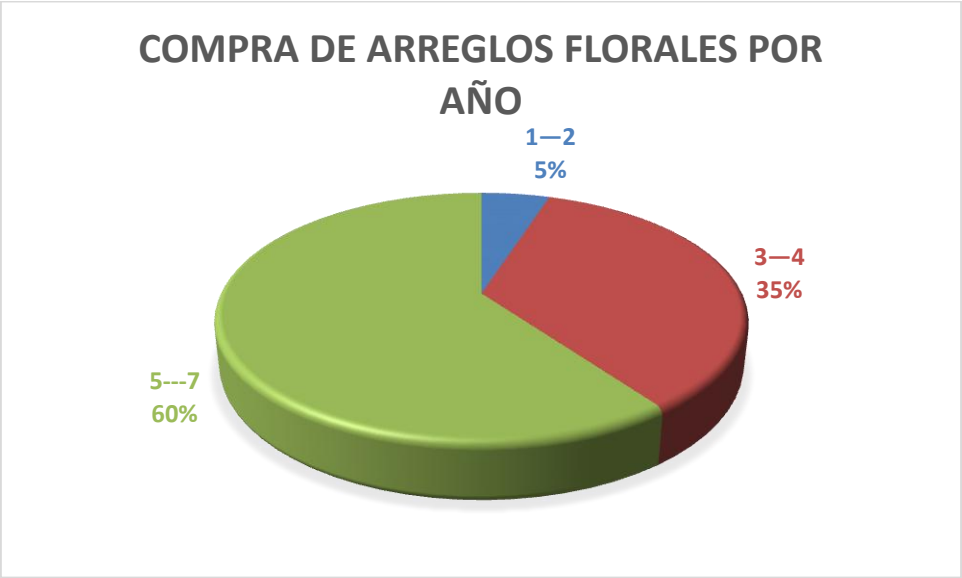
4. ¿En el año cuántos arreglos florales compra aproximadamente?

Cuadro 12
COMPRA DE ARREGLOS FLORALES POR AÑO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1—2	5	5%
3—4	35	35%
5---7	60	60%
Total	**100**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 11



Interpretación y Análisis: Según las respuestas de esta interrogante se puede observar que el 60% adquieren de 5 a más arreglos florales en el año; esto es debido a que en muchas ocasiones se presentan eventos familiares, el 35% adquieren de 3 a 4 arreglos florales en el año y el 5% solo adquieren de 1 a 2 arreglos florales en el año; ya que indicaron que solo obsequian flores en unos días muy especiales para ellos.

El cálculo de la compra promedio de los arreglos florales por persona se lo efectúa de la siguiente manera:

Cuadro 13

COMPRA PROMEDIO				
Li	**Ls**	**Xm**	**Fr.**	**Xm. Fr**
1	2	1,5	20	30
3	4	3,5	40	140
5	7	6	40	240
Total			**100**	**410**
Compra promedio anual				**4**

Fuente: Cuadro N°13
Elaboración: El Autor

Con estos resultados se calcula la compra promedio de los arreglos florales a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{410}{100}$$

$$\text{Promedio} = 4$$

Lo que demuestra que la compra **promedio anual** por persona es de **4** arreglos florales.

5. Si se implementaría una nueva empresa dedicada a la venta de arreglos florales. ¿Usted adquiriría nuestro producto?

Cuadro 14
ACEPTACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	77%
No	23	23%
Total	**100**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 12

Interpretación y Análisis: El 77% de los encuestados está de acuerdo que se implemente esta nueva empresa, ya que manifestaron que ellos si adquirirán nuestro producto, y el 23% expresaron que ellos no van a adquirir del producto.

6. ¿Cómo le gustaría la presentación de los arreglos florales?

Cuadro 15
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fundas o envolturas plásticas	2	3%
Peceras	47	61%
Tallos	25	32%
Otros	3	4%
Total	**77**	**100%**

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 13

Interpretación y Análisis: según los datos: el 61% manifiestan que la presentación del producto que se está ofreciendo debería ser en peceras ya que se vería más elegante la presentación, el 32% indican que debería ser en tallos, el 4% expresan que debería ser en fundas plásticas (funda celofán) y el 3% manifestó que debería ser en otra presentación fuera de lo común.

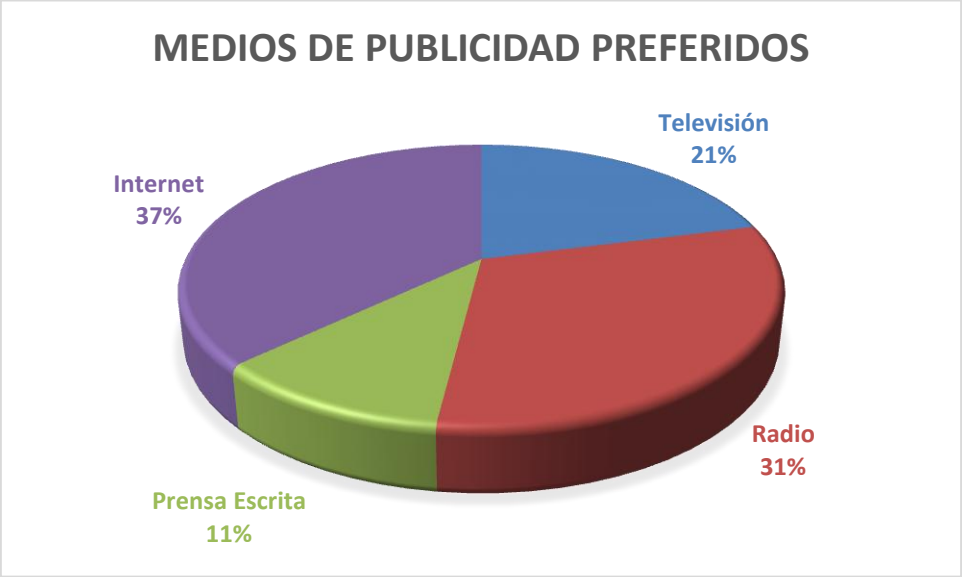
7. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la existencia de esta nueva empresa?

Cuadro 16
MEDIOS DE PUBLICIDAD PREFERIDOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	45	21%
Radio	67	31%
Prensa Escrita	23	11%
Internet	80	37%
Total	215	100%

Fuente: Encuestas a la PEA de la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfica 14



Interpretación y Análisis: El 64% indica que el mejor medio de comunicación para la publicidad de esta nueva empresa es la radio ya que es más escuchada, el 19% manifestó que la televisión es un medio muy eficaz, el 13% indica que la prensa y el 4% manifiesta que el internet es el medio de comunicación adecuado para la publicidad.

ENCUESTAS APLICADAS A LOS LOCALES DE VENTA DE FLORISTERÍA Y SOUVENIRS DE LA CIUDAD DE LOJA

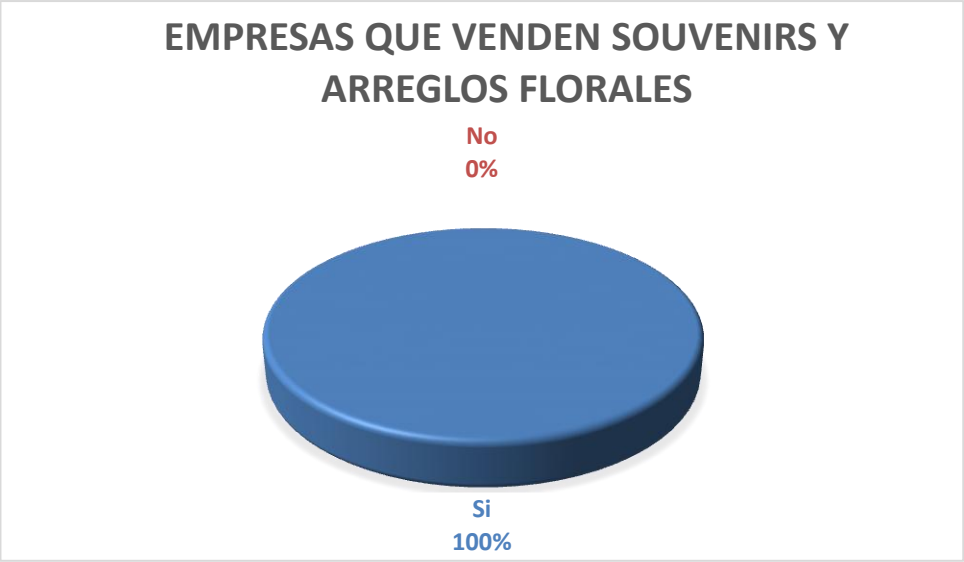
1. Su empresa vende Souvenirs y Arreglos Florales?

Cuadro 17
EMPRESAS QUE VENDEN SOUVENIRS Y ARREGLOS FLORALES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total de locales de venta de flores	**8**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfica 15



Interpretación y Análisis: De acuerdo con esta interrogante realizada a los oferentes el 100% manifestaron que su empresa si realiza la venta de souvenirs y arreglos florales.

2. ¿Cuál es el precio de los arreglos florales que usted comercializa?

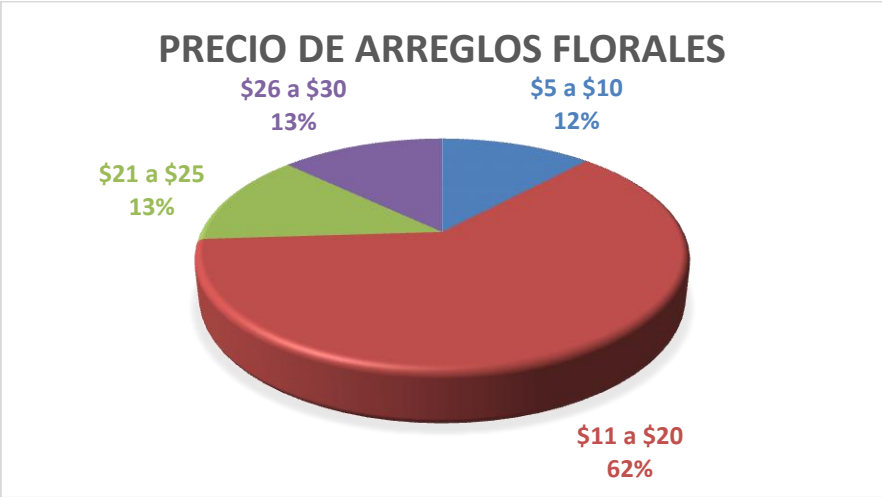
Cuadro 18

PRECIO DE ARREGLOS FLORALES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
$5 a $10	1	12%
$11 a $20	5	62%
$21 a $25	1	13%
$26 a $30	1	13%
Total	**8**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfica 16



Interpretación y Análisis: De los negocios encuestados el 62% manifiestan que el precio de los arreglos florales que el ofrece esta entre $11 a $20 dólares, el 12% manifiesta que el precio de este producto en su negocio se encuentra en los rangos de $5 a $10 dólares, el 13% indica que esta entre $21 a $25 y el otro 135 restante indico que su precio fluctúa entre $26 a $30 dólares.

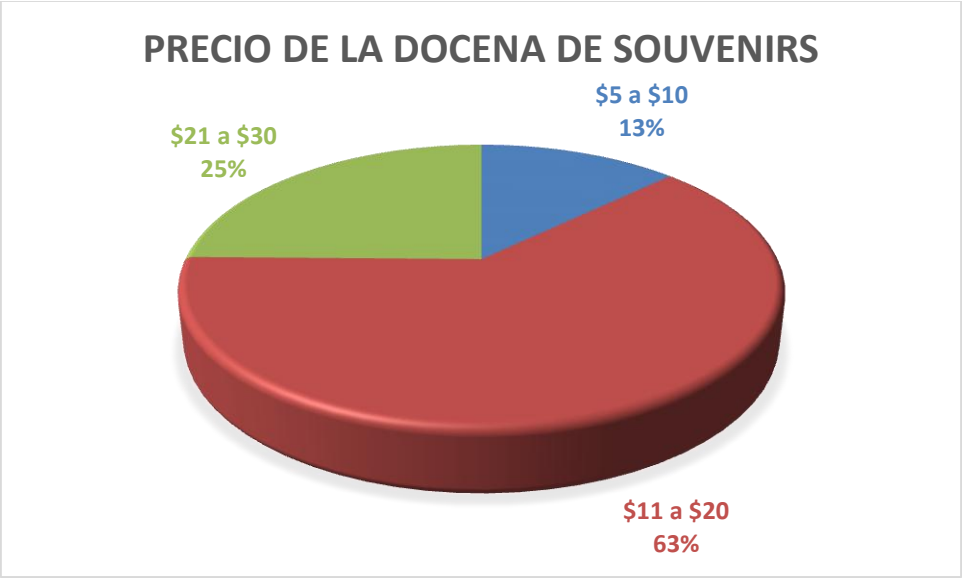
3. ¿Cuál es el precio de las docenas de Souvenirs que usted comercializa?

Cuadro 19
PRECIO DE LA DOCENA DE SOUVENIRS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
$5 a $10	1	13%
$11 a $20	5	63%
$21 a $30	2	25%
Total	**8**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfica 17



Interpretación y Análisis: El 63% de los oferentes manifiesta que el precio de los souvenirs por docena está entre $11 a $20 dólares, el 25% indica que los precios de las docenas de souvenirs en su negocios esta de $21 a más y el 12% indico que el precio de este producto está entre $5 a $10 dólares.

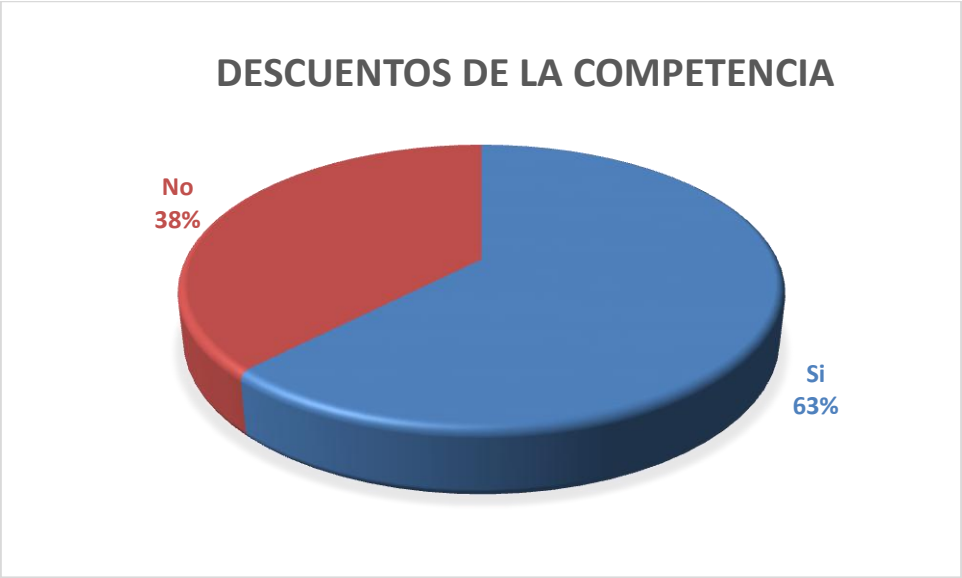
4. ¿Al ofertar los Arreglos Florales y Souvenirs, su empresa otorga algún descuento a los clientes?

Cuadro 20
DESCUENTOS DE LA COMPETENCIA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	63
No	3	38
Total	**8**	**100**

Fuente: Encuesta a oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfica 18



Interpretación y Análisis: Según los datos recaudados se observa que el 62% de estos negocios si realiza descuentos y el 38% no ofrece descuentos por la compra de sus productos.

5. ¿En el mes cuántos arreglos florales y souvenirs vende?

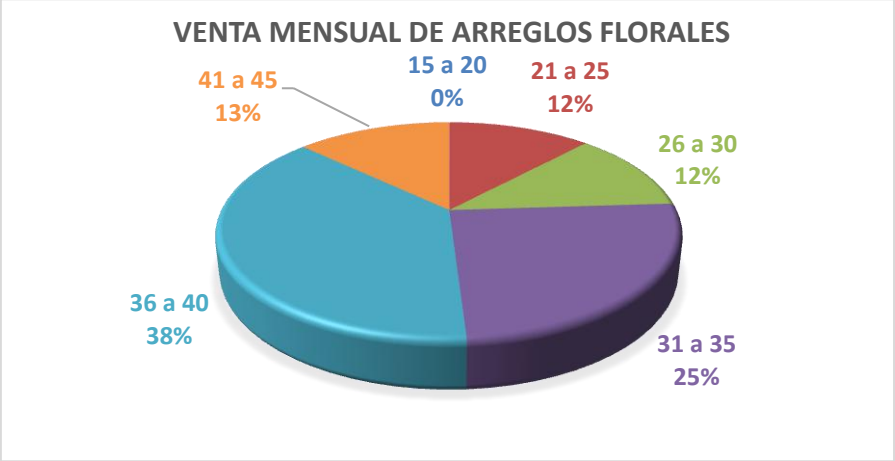
Arreglos Florares:

Cuadro 21
VENTA MENSUAL DE ARREGLOS FLORALES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
15 a 20	0	0%
21 a 25	1	12%
26 a 30	1	12%
31 a 35	2	25%
36 a 40	3	38%
41 a 45	1	13%
Total	**8**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfica 19



Interpretación y Análisis: Respecto a esta interrogante tenemos que: el 38% realiza una venta mensual de 36 a 40 arreglos florales aproximadamente el 25% su venta mensual está entre 31 a 35 arreglos florales, el 13% su venta mensual es más de 41 arreglos florales, el 12% está entre 21 a 25 de arreglos florales mensual y el 12% su ventas mensuales son de 15 a 20 mensuales, con esto se determina el monto de venta de la competencia.

El cálculo del promedio de la venta de arreglos florales mensualmente se lo efectúa de la siguiente manera:

Cuadro 22

Li	Ls	Xm	Fr.	Xm. Fr.
15	20	17,5	0	0
21	25	23	1	23
26	30	28	1	28
31	35	33	2	66
36	40	38	3	114
41	45	41	1	41
Total			**8**	**272**
Ventas mensual				**34**

Fuente: Cuadro N° 21
Elaboración: El Autor

Con estos resultados se calcula el valor promedio de la venta mensual a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{272}{8}$$

$$\text{Promedio} = 34$$

Lo que demuestra que la venta promedio de arreglo florales que realiza cada oferente mensual es de 34 unidades y esto multiplicado por las 12 meses que tiene el año da un total de 408 unidades anuales.

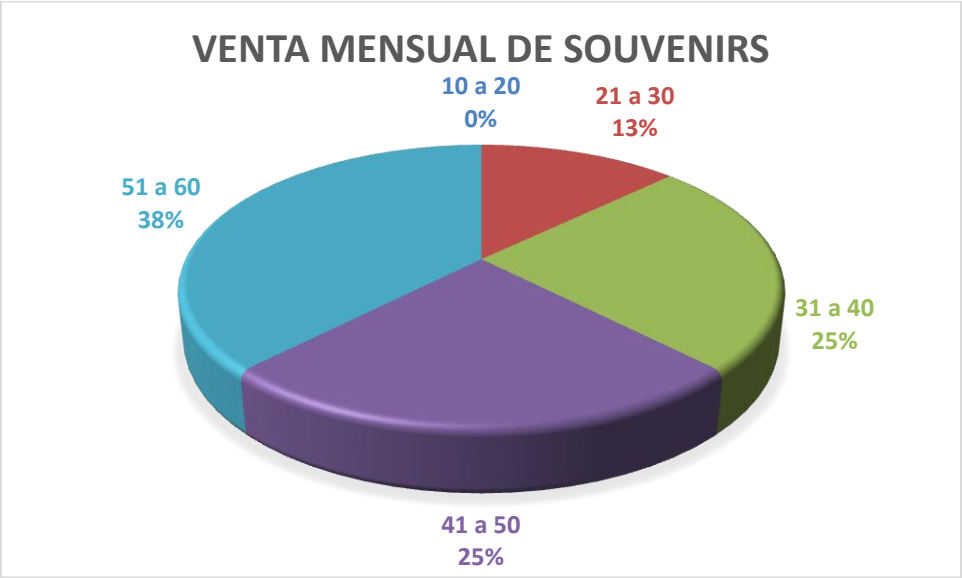
Souvenirs:

Cuadro 23
VENTA MENSUAL DE SOUVENIRS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
10 a 20	0	0%
21 a 30	1	13%
31 a 40	2	25%
41 a 50	2	25%
51 a 60	3	38%
Total	**8**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfica 20



Interpretación y Análisis: Respecto a esta interrogante tenemos que: El 38% realiza una venta mensual de más de 51 docenas de souvenirs, el 25% realiza una venta mensual de 41 a 50 docenas de souvenirs aproximadamente el 25% su venta mensual está entre 31 a 40 docenas de souvenirs y el 12% su venta mensual es de 21 a 30 docenas de souvenirs.

El cálculo del promedio de la venta de docenas souvenirs mensualmente se lo efectúa de la siguiente manera:

Cuadro 24

Li	Ls	Xm	Fr.	Xm. Fr.
10	20	15	0	0
21	30	25,5	1	25,5
31	40	35,5	2	71
41	50	45,5	2	91
51	60	55,5	3	166,5
Total			**8**	**354**
Ventas mensual				**37**

Fuente: Cuadro N° 23
Elaboración: El Autor

Con estos resultados se calcula el valor promedio de la venta mensual a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{296}{8}$$

$$\text{Promedio} = 444 \text{ unidades mensuales}$$

Lo que demuestra que la venta promedio de suvenires que realiza cada oferente mensual es de 444 unidades.

6. ¿A través de qué medio de comunicación da a conocer usted a su negocio?

Cuadro 25
PUBLICIDAD UTILIZADA POR LA COMPETENCIA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	0	0%
Prensa escrita	0	0%
Referencias personales	3	38%
Radio	5	63%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta a oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfica 21

Interpretación y Análisis: Con respecto a esta interrogante el 63% de los encuestados indican que realizan publicidad por medio de la radio y el 37% lo realiza por medio de referencias personales.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de resultados que serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas, obteniendo como resultados aciertos y complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado, a través de este análisis, se podrá encontrar determinar la demanda de los arreglos florales y souvenirs en la ciudad de Loja. Para el presente estudio, se obtuvo información de la PEA, por medio de las encuestas aplicadas a los mismos, que permitirán sustentar el trabajo investigativo en mención. El proyecto tendrá una vida útil de 10 años.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda Potencial de los Souvenirs.- Está constituida por la PEA de la ciudad de Loja, para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de crecimiento de la PEA de la ciudad Loja que es del 1,15%, según datos proporcionados por el INEC 2010.

La proyección de la PEA para el 2013 es de 128.081 habitantes. Cuya demanda potencial se la determina así.

Cuadro 26
DEMANDA POTENCIAL PARA LOS SOUVENIRS

Año	PEA	Demanda Potencial 100%
1	128.081	128.081
2	129.553	129.553
3	131.043	131.043
4	132.550	132.550
5	134.075	134.075
6	135.617	135.617
7	137.176	137.176
8	138.754	138.754
9	140.349	140.349
10	141.963	141.963

Elaboración: El Autor
Fuente: Cuadros N°1 y PEA 2013.

Demanda Potencial de los arreglos florales.- La demanda potencial está constituida por toda la PEA de la ciudad de Loja, para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de crecimiento de la PEA de la ciudad Loja que es del 1,15%, según datos proporcionados por el INEC 2010.

La proyección de la PEA para el 2013 es de 128.081 habitantes. Cuya demanda potencial se la determina así.

Cuadro 27
Demanda Potencial para los Arreglos Florales

Año	PEA	Demanda Potencial
1	128.081	128.081
2	129.554	129.554
3	131.044	131.044
4	132.551	132.551
5	134.075	134.075
6	135.617	135.617
7	137.177	137.177
8	138.754	138.754
9	140.350	140.350
10	141.964	141.964

Elaboración: El Autor
Fuente: Cuadro N°9 y PEA 2013

Demanda Real o Actual para los Souvenirs

Está constituida por la cantidad de bienes que se utilizan de un producto específico en el mercado. De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar que la totalidad es de un 53% (Cuadro N° 2) de las personas encuestadas en la ciudad de Loja que si obsequian souvenirs en sus eventos, en sus diferentes presentaciones.

Cuadro 28

Demanda Real o Actual para Souvenir

Demanda Real			
Año	**Demanda Potencial (100% de la PEA)**	**% Demanda Real**	**Demanda Real**
1	128.081	53%	67.883
2	129.553	53%	68.663
3	131.043	53%	69.453
4	132.550	53%	70.252
5	134.075	53%	71.060
6	135.617	53%	71.877
7	137.176	53%	72.703
8	138.754	53%	73.540
9	140.349	53%	74.385
10	141.963	53%	75.240

Fuente: Cuadros N° 26 y N° 2
Elaboración: El Autor

Demanda Real o Actual para los Arreglos Florales

Está constituida por la cantidad de bienes que se utilizan de un producto específico en el mercado. De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar que la totalidad es de un 42% (Cuadro N° 10) de las personas encuestadas en la ciudad de Loja que obsequian arreglos florales, en sus diferentes presentaciones.

Cuadro N° 29

Demanda Real o Actual para arreglos florales

Demanda Real			
Año	**Demanda Potencial (100% de la PEA)**	**% demanda Real**	**Demanda Real**
1	128081	42%	53.794
2	129554	42%	54.413
3	131044	42%	55.038
4	132551	42%	55.671
5	134075	42%	56.312
6	135617	42%	56.959
7	137177	42%	57.614
8	138754	42%	58.277
9	140350	42%	58.947
10	141964	42%	59.625

Fuente: Cuadros N° 27 y N°10
Elaboración: El Autor

Demanda Efectiva para los Souvenirs

En el presente estudio, para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las respuestas obtenidas de los encuestados en relación a su aceptación para una nueva empresa de venta de souvenirs (Cuadro Nº 7), obteniéndose que el 85% de la demanda real comprara nuestro producto.

Cuadro N° 30
Demanda Efectiva

Demanda Efectiva			
Año	**Demanda Real**	**% de aceptación**	**Demanda Efectiva**
1	67.883	85%	57.700
2	68.663	85%	58.364
3	69.453	85%	59.035
4	70.252	85%	59.714
5	71.060	85%	60.401
6	71.877	85%	61.095
7	72.703	85%	61.798
8	73.540	85%	62.509
9	74.385	85%	63.227
10	75.240	85%	63.954

Fuente: Cuadros: N° 28 N°7
Elaborado: El Autor

Demanda Efectiva para los Arreglos Florales

En el presente estudio, para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las respuestas obtenidas de los encuestados en relación a su aceptación para una nueva empresa de arreglos florales (Cuadro Nº 14), obteniéndose que el 77% de la demanda real comprara nuestro producto.

Cuadro N° 31
Demanda Efectiva

Demanda Efectiva			
Año	**Demanda Real**	**% de Aceptación**	**Demanda Efectiva**
1	53.794	77%	41.421
2	54.413	77%	41.898
3	55.038	77%	42.380
4	55.671	77%	42.867
5	56.312	77%	43.360
6	56.959	77%	43.859
7	57.614	77%	44.363
8	58.277	77%	44.873
9	58.947	77%	45.389
10	59.625	77%	45.911

Fuente: Cuadros: N°29 y N° 14
Elaborado: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta Actual de los Souvenirs

La oferta actual, es la cantidad de docenas de souvenirs que se está ofreciendo en el mercado. Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la cantidad de venta mensual de souvenirs por los diferentes oferentes para conocer cuál es la venta promedio anual (Cuadro N°24). Con base a esta información calculamos el promedio de oferta:

Cuadro 32

OFERTA DE LOS SOUVERNIRS		
Floristerías.	**Promedio mensual en docenas.**	**Promedio anual en docenas.**
8	444	3552

Fuente: Cuadro Nº 24
Elaborado: El Autor

Para proyectar la oferta se utiliza con una tasa de crecimiento de 1,15% de la PEA de la ciudad de Loja de acuerdo a los datos recabados en el INEC. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

Cuadro 33
Oferta Proyectada (1,15%)

Años	Oferta
1	3552
2	3593
3	3634
4	3676
5	3718
6	3761
7	3804
8	3848
9	3892
10	3937

Fuente: Cuadro N° 32
Elaboración: El Autor

Oferta Actual de los Arreglos Florales

La oferta actual, es la cantidad de arreglos florales que se está ofreciendo en el mercado. Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la cantidad de venta mensual de arreglos florales por los diferentes oferentes para conocer cuál es la venta promedio anual (Cuadro N°22). Con base a esta información calculamos el promedio de oferta:

Cuadro 34

OFERTA DE LOS ARREGLOS FLORALES		
Floristerías.	**Promedio mensual**	**Promedio anual**
8	408	3264

Fuente: Cuadro Nº 22
Elaborado: El Autor

Para proyectar la oferta se utiliza con una tasa de crecimiento de 1,15% de la PEA de la ciudad de Loja de acuerdo a los datos recabados en el INEC. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

Cuadro 35
Oferta Proyectada

Años	Oferta
1	3264
2	3302
3	3340
4	3378
5	3417
6	3456
7	3496
8	3536
9	3577
10	3618

Fuente: Cuadro N° 34
Elaboración: El Autor

Análisis Demanda Insatisfecha de Souvenirs

La diferencia entre la demanda efectiva y la oferta permitirá obtener la demanda insatisfecha de docenas de Souvenirs en el mercado de la Ciudad de Loja. Para el primer año la demanda es de 57.700 de souvenirs anual y la oferta de 3.552 docenas de souvenirs, la diferencia de estas nos da como resultado una demanda insatisfecha de 54.148 de docenas al año. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

Cuadro 36
Demanda Insatisfecha de souvenirs

Años	Demanda efectiva de suvenires	Oferta Anual	Demanda Insatisfecha
1	57.700	3552	54.148
2	58.364	3593	54.771
3	59.035	3634	55.401
4	59.714	3676	56.038
5	60.401	3718	56.683
6	61.095	3761	57.334
7	61.798	3804	57.994
8	62.509	3848	58.661
9	63.227	3892	59.335
10	63.954	3937	60.017

Fuente: Cuadros: Nº 30 y N° 33
Elaboración: El Autor

Análisis Demanda Insatisfecha de Arreglos Florales

La diferencia entre la demanda efectiva y la oferta permitirá obtener la demanda insatisfecha de arreglos florales en el mercado de la Ciudad de Loja. Para el primer año la demanda es de 41.421 arreglos florales anual y la oferta de 3.264 de arreglos florales, la diferencia de estas nos da como resultado una demanda insatisfecha de 38.157 al año. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

Cuadro 37
Demanda Insatisfecha de arreglos florales

Años	Demanda Efectiva	Oferta Anual	Demanda Insatisfecha
1	41.421	3.264	38.157
2	41.898	3.302	38.596
3	42.380	3.340	39.040
4	42.867	3.378	39.489
5	43.360	3.417	39.943
6	43.859	3.456	40.403
7	44.363	3.496	40.867
8	44.873	3.536	41.337
9	45.389	3.577	41.812
10	45.911	3.618	42.293

Fuente: Cuadros: Nº 33 y N° 35
Elaboración: El Autor

ESTUDIO TÉCNICO

FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DE LA PLANTA

TAMAÑO DEL MERCADO

En el Ecuador el sector industrial ha constituido un factor relevante para la economía del mismo, dentro de este se ha destacado notoriamente el sector turístico y actividades complementarias; el cual se dedica a transformar algunos recursos naturales en productos terminados para su comercialización.

Capacidad Instalada para arreglos florales: actividad máxima posible de alcanzar con los recursos humanos y materiales trabajando de manera integrada. Para el presente proyecto se tomará en consideración la capacidad de la mano del hombre el cual puede realizar un arreglo floral en 20 minutos, lo que indica que en una hora puede realizar 3 arreglos, y en el día serían 24.

Si la empresa trabaja con 2 operarios, 6 días a la semana y por los 312 días laborables. Se obtendría 14.976 arreglos florares anualmente, así como lo indica el siguiente cuadro:

Cuadro 38

Capacidad Instalada para los arreglos florales

Operarios	Elaboración de arreglos florales por hora	Elaboraciones por día (8 horas)	Elaboración Anual (312 días)
2	6	48	**14976**

Elaboración: El Autor

Capacidad Instalada para los Souvenirs: Para el presente proyecto se tomará en consideración la capacidad de 2 perchas en la bodega para este producto las cuales tienen una capacidad de 12 cajas de SOUVENIRS, cada caja contiene 50 unidades dando un total de 1200, esto multiplicado por 52 semanas del año, se obtiene 62400 unidades al año.

Cuadro 39

Capacidad Instalada para los Souvenirs

Perchas	Capacidad por percha	Cantidad de unidades en la semana	Elaboración Anual (312 días) 52 semanas
2	12 cajas de 50 (600 unidades)	1200 unidades	**62.400 unidades**

Elaboración: El Autor

Capacidad Utilizada para los arreglos florares: Es el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar el componente humano, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un determinado período de tiempo.

Para determinar la capacidad utilizada se tomará en consideración el componente humano y el porcentaje de producción que vamos a ofertar para cubrir la demanda insatisfecha.

Cada operario puede realizar un arreglo floral en 20 minutos, el cual indica que en una hora puede realizar 3 arreglos.

Si la empresa trabajara con dos operarios, 6 días a la semana (lunes a sábado) y en 8 horas.

Cada operario realizara 24 arreglos florares en el día, como son dos, se obtendrá 48 arreglos y esto multiplicado por los 312 días al año laborables para la empresa, da un total de 14.976 arreglos florales al año.

Cuadro 40

Capacidad Utilizada para los Arreglos Florales

Años	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada
1	14976	83,33%	12480
2	14976	84,83%	12704
3	14976	86,33%	12929
4	14976	87,83%	13153
5	14976	89,33%	13378
6	14976	90,83%	13603
7	14976	92,33%	13827
8	14976	93,83%	14052
9	14976	95,33%	14277
10	14976	96,83%	14501

Fuente: Cuadro N° 38
Elaboración: El Autor

Capacidad Utilizada para los souvenirs: Es el rendimiento o nivel de capacidad con el que cuenta la empresa, esta capacidad está determinada por dos perchas que se adaptara para los Souvenirs, los cuales tienen una capacidad de 12 cajas de Souvenirs, cada caja contiene 50 unidades dando un total de 1200 unidades, la empresa considerará esta cantidad de souvenirs para cada semana, es decir la cantidad anterior multiplicado por 52 semanas del año se obtienen 62.400 unidades de souvenirs al año.

Cuadro 41

Capacidad Utilizada para los Souvenirs

Años	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada
1	62400	70,00%	43.680
2	62400	70,00%	43.680
3	62400	70,00%	43.680
4	62400	80,00%	49.920
5	62400	80,00%	49.920
6	62400	80,00%	49.920
7	62400	80,00%	49.920
8	62400	95,00%	59.280
9	62400	95,00%	59.280
10	62400	95,00%	59.280

Fuente: Cuadro N° 39
Elaboración: El Autor

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

Base legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

Conformación de la Empresa

Acta constitutiva de la Empresa

Para poder constituirse esta empresa tiene que reunir los requisitos requeridos por la Ley de Compañías que son los siguientes:

RAZÓN SOCIAL.- para poder iniciar los trámites necesarios de legalización y constitución de la empresa es requisito indispensable presentar el nombre de la nueva institución por lo cual se ha considerado llamarla empresa **"K&J DETAILS".**

OBJETO SOCIAL.- la empresa **"K&J DETAILS"** tendrá como objeto social la comercialización de souvenirs y arreglos florales en la Ciudad de Loja.

Para crear la empresa es necesario reunir algunos aspectos que se destacan, relacionados con la actividad organizacional como: determinar el tipo de empresa, marco jurídico, niveles jerárquicos, reglamento funcional y organigramas, de tal forma que sea un ente de garantía para la sistematización

y coordinación de sus recursos con el afán de alcanzar la máxima eficiencia para el cumplimiento de los objetivos establecidos en la empresa.

DOMICILIO.- su domicilio estará ubicado en el centro de la ciudad de Loja en las calles Cariamanga 14-22 entre Bolívar y Sucre.

DURACIÓN.- el plazo de duración para esta empresa será de diez años a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil.

NÚMERO DE SOCIOS.- la empresa **"K&J DETAILS",** estará conformada por dos socios: Vinicio Eugenio Chávez Espinosa y María Magdalena Ramírez Aguirre.

CAPITAL SOCIAL.- la empresa se constituirá con el nombre de **"K&J DETAILS"** la misma que estará conformada por dos socios los cuales aportaran con el 63% de la inversión total.

SOLICITUD DE APROBACIÓN.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su vez a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía a las que se adjudicara la solicitud, suscrita por abogado requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.- Para demostrar de una forma más gráfica se utiliza un organigrama funcional en el cual se detallan las funciones a desempeñar por cada uno de los funcionarios de la empresa.

MARCO LEGAL.- Al consistir el proyecto en la producción y comercialización se debe aplicar un marco legal correspondiente a una instalación nueva y además cumplir con las exigencias del Ilustre Municipio de Loja, además de

algunas Leyes, normas, códigos, y otros aspectos los cuales podrían atentar al funcionamiento de la misma como puede ser:

Código de Trabajo.- Este regula la relación que hay entre empleados y empleadores así como también las diversas formas de contratación de trabajo que se puedan dar dentro de la empresa, haciendo cumplir con todos los beneficios que tiene el empleado y velando por su integridad y seguridad laboral.

MINUTA PARA LA CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA

Señor Notario:

En el Registro de Escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una que contiene la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada **"K&J DETAILS"**

En la ciudad de Loja, Provincia de Loja a los 15 días del mes de enero del 2014, comparecieron los señores, Vinicio Eugenio Chávez Espinosa, de nacionalidad ecuatoriano, estado civil casado con Ced. Indent. N 1103342315, con domicilio en esta misma ciudad y María Magdalena Ramírez Aguirre con nacionalidad ecuatoriana, con Ced. Ident. N. 0703096388, estado civil casada con domicilio en la ciudad de Loja, mayores de edad los cuales manifestaron: De acuerdo a las siguientes estipulaciones:

PRIMERA.- Los comparecientes convienen en constituir la Compañía se Responsabilidad limitada **“K&J DETAILS”,** que se regirá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

SEGUNDA.- Estatuto de la Compañía de Responsabilidad Limitada **“K&J DETAILS”.**

Capitulo Primero

Nombre, domicilio, Objeto Social, y Plazo de Duración.

Artículo 1: LA Compañía llevara el nombre o razón Social de: **“K&J DETAILS”**

Artículo 2: El domicilio de la Compañía es el Cantón Loja, Provincia de Loja, sitio san Sebastián de la Ciudad de Loja.

Artículo 3: La Compañía tiene como objeto social la creación de una Empresa de Comercializadora de Souvenirs y Arreglos Florales en el Cantón Loja.

Artículo 4: La empresa inicia sus operaciones en la fecha de su inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, de la forma prevista en la ley y en este estatuto.

Capitulo Segundo

Del Capital social de las participaciones, y de la Reserva Legal. Artículo 5: El capital social de la Compañía es del 63%, del total de la inversión que será pagado en partes iguales por los socios los que estarán representados por el certificado de aprobación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos.

Artículo 6.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta general de los Socios con el consentimiento de las terceras partes del capital social presente en la sección.

Artículo 7.- El aumento del capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: En numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas, por revalorización del patrimonio realizado conforme a la ley y la reglamentación pertinente, o por demás medios previstos en la ley.

Artículo 8.- La reducción del capital se regirá por lo previsto por la ley de compañías y en ningún caso se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución de los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas con las excepciones de ley.

Artículo 9.- La compañía entregara a cada socio el certificado de aprobación que le corresponde. Dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor certificado, nombre del socio o propietario, domicilio de la compañía, fecha de

la escritura de consecución, notaría en que se otorgó, fecha y número de la inscripción en el registro mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rubrica del presidente y gerente general de la compañía.

Artículo 10.- Al perderse o destruirse un certificado de aportación el interesado solicitara por escrito al gerente general de emisión de un duplicado del mismo.

Artículo 11.- las participaciones en esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones de la ley.

Artículo 12.- Las participaciones de los socios en esta compañía son transmisibles por herencia, conforme a la ley.

Capítulo Tercero

De los Socios, de sus Deberes, Atribuciones, y Responsabilidad. Artículo 13.- Son obligaciones de los socios:

a. Las que señalan la ley de compañías.

b. Cumplir las funciones y actividades deberes que les asignase la junta General de socios, al gerente general y presidente de la Compañía.

c. Cumplir con las aportaciones implementarías en proporción a las participaciones que tuvieren en la compañía, cuando y en la forma que decida la junta general de socios.

d. La demás que señale este estatuto.

Artículo 14.- Los socios de la compañía tienen los derechos y atribuciones: a. Intervenir con vos y voto en las sesiones de Junta general de Socios, personalmente o mediante poder a un socio o extraño, ya se trate del poder notarial o de carta poder.

b. A elegir y ser elegido para los organismos de administración y fiscalización.
c. A percibir las utilidades o beneficios a prorrata de las participaciones pagadas, lo mismo respecto al acervo social, de producirse las liquidaciones.
d. Los demás derechos previstos en la ley y estatutos.

Artículo 15.- La responsabilidad de los socios de la compañía por las obligaciones sociales se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a compañías, salvo las acepciones de ley.

Capitulo Cuarto.

Del Gobierno y de la Administración.

Artículo 16.- El Gobierno y la Administración se ejerce por: La Junta General de socios, el presidente y gerente general.

Artículo 17.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su

validez, la junta podrá constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, siempre que esté presente todo el capital social, y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción y nulidad.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se servirá agregar las cláusulas de Ley para su total validez.

Abogado.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Considerando que una empresa es un sistema de actividades coordinadas se encuentra formado por una o más personas que se relacionan para alcanzar un objetivo en común es necesario determinar un modelo de organigrama que le permita a la nueva empresa funcionar de la manera más eficiente.

NIVELES JERÁRQUICOS

Es el conjunto de órganos que se los agrupa de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de la función que realicen. Dentro de estos niveles jerárquicos tenemos:

NIVEL DIRECTIVO.- La función que a éste le corresponde es legislar y dirigir la política que debe seguir la Empresa. En mi proyecto está constituido por la Junta General de Accionistas, misma que se encarga de normar todos los procedimientos, dicta reglamentos, ordenanzas, resoluciones y decide sobre cualquier aspecto de suma importancia.

NIVEL EJECUTIVO.- Es aquel que toma decisiones sobre las políticas generales y sobre las actividades básicas, aplica su autoridad para garantizar el cumplimiento de las mismas. En mi proyecto este nivel lo dirigirá el Gerente o Administrador, quien a su vez representará legalmente a la Empresa y por su puesto se encargará de planificar, organizar, dirigir y controlar la vida administrativa, responsabilizándose también de ejecutar y dar cumplimiento a las actividades encomendadas dentro de la Empresa.

NIVEL ASESOR.- Las funciones de este nivel son: aconsejar, informar, preparar proyectos jurídicos, económicos y contables, y demás áreas que tengan que ver con la Empresa. En este caso la Empresa contará con un asesor legal temporal, mismo que será requerido cuando la empresa lo amerite.

NIVEL AUXILIAR.- Es un nivel que sirve de apoyo al nivel administrativos prestando sus servicios con oportunidad y eficiencia. Este nivel en mi empresa lo constituye la secretaria/contadora que realiza labores encomendadas tanto ejecutivas, asesoras, contables y operacionales.

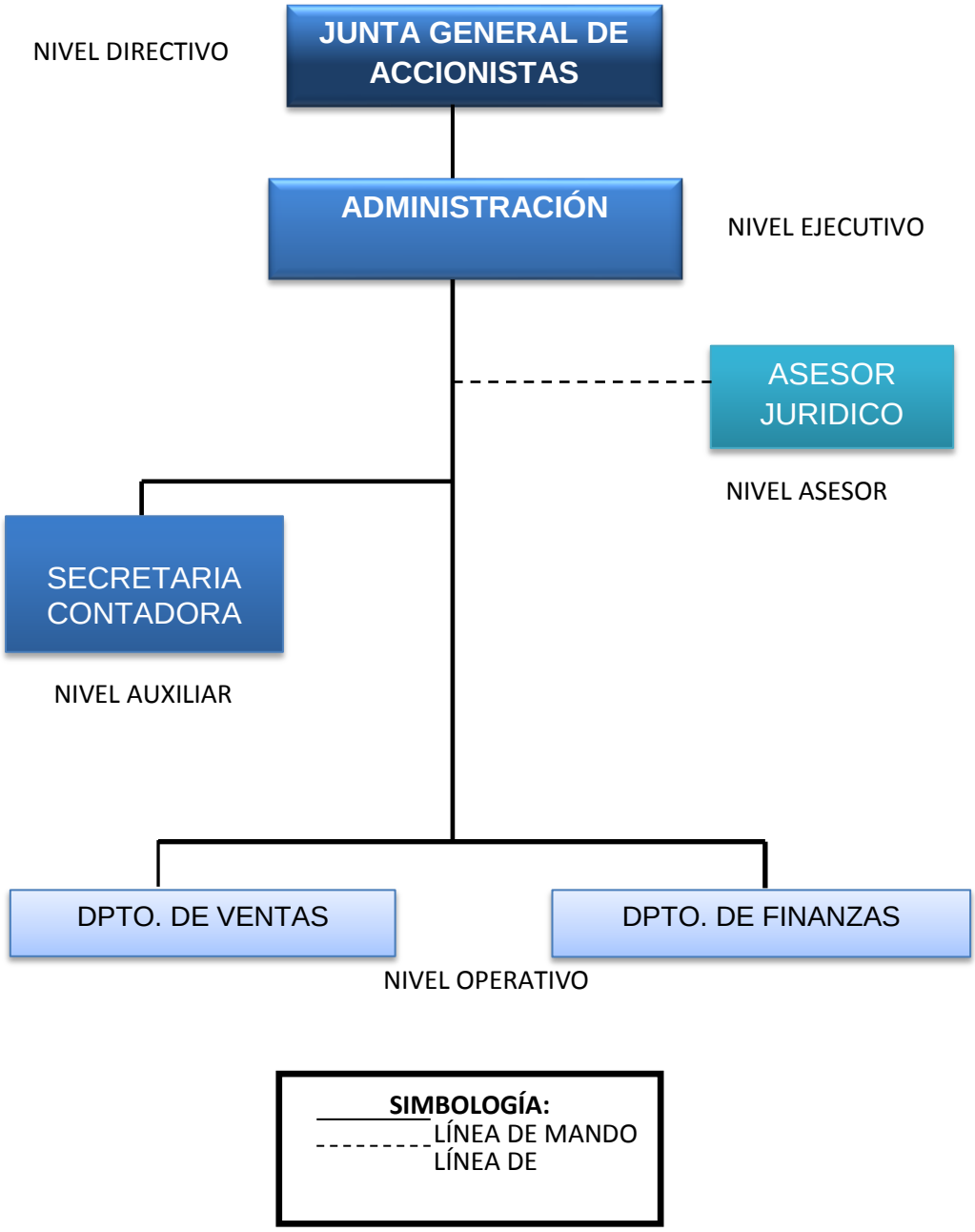
NIVEL OPERATIVO.- Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la Empresa. Lo constituyen en este proyecto los departamentos de ventas y el de adquisiciones.

Con las explicaciones antes mencionadas, estos niveles estarán reflejados en los organigramas que se detallan a continuación:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.- Es un diagrama que representa jerárquicamente el cargo que ocupan en la compañía en donde se señalan los puestos jerárquicos tanto de forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los que toman las decisiones.

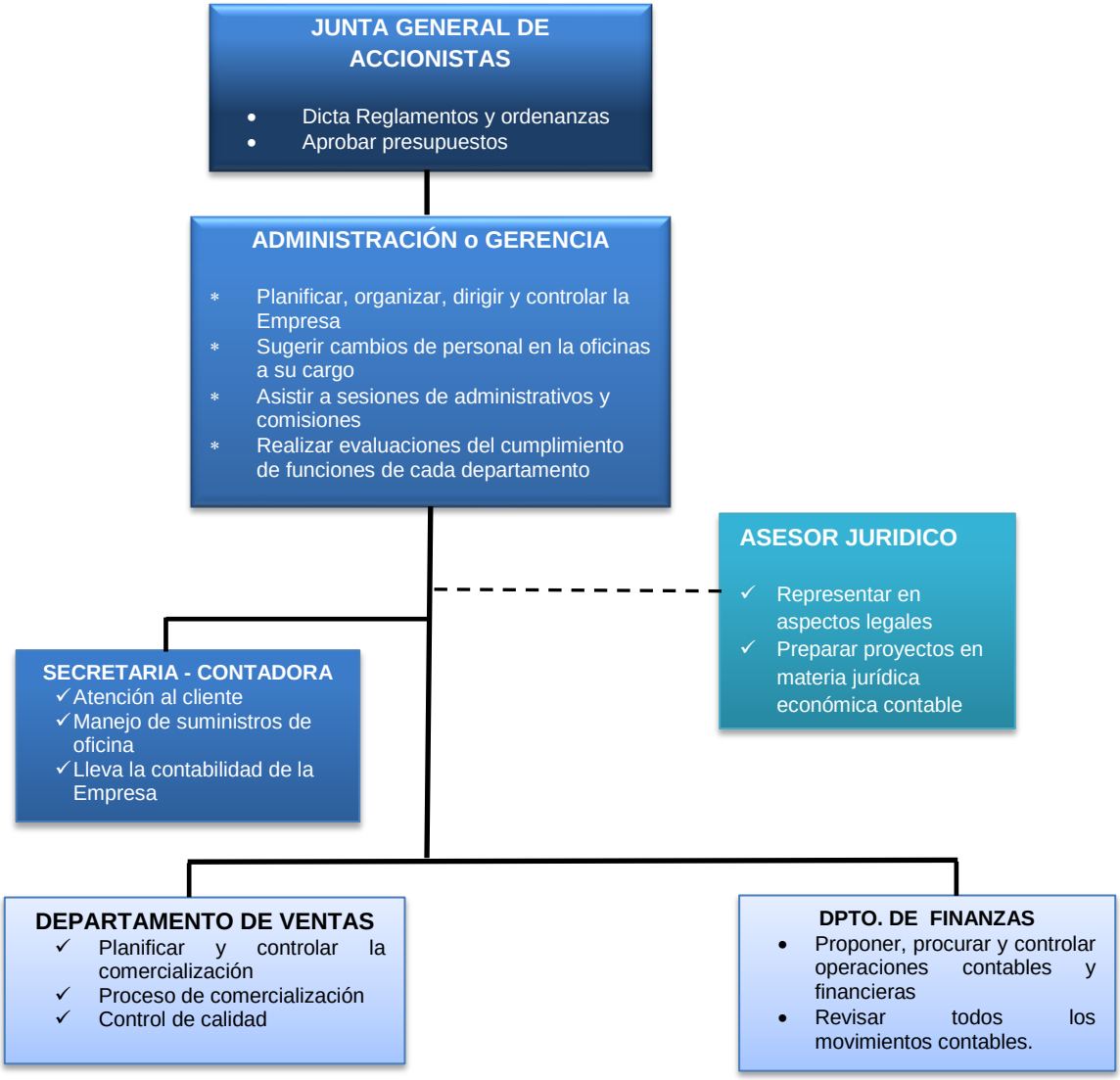
GRÁFICA 22

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA "K&J DETAILS"



ORGANIGRAMA FUNCIONAL.- Es un tipo de estructura organizacional que aplica el principio de la especialización de funciones, separa, distingue y especializa. Este organigrama se detalla las funciones que deberán cumplir cada uno de los departamentos que existen en la Empresa para cumplir los objetivos establecidos.

GRAFICA Nº 23
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA "K&J DETAILS"



MANUAL DE FUNCIONES

Se constituye en una fuente de información que resuelve tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa.

A continuación presento un manual para cada uno de los puestos:

CÓDIGO: 01

TÍTULO DEL PUESTO: JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

NATURALEZA DEL TRABAJO

Legislar y definir políticas que beneficien los intereses de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Definir y aprobar las políticas que favorezcan el desarrollo económico y social de la empresa.
- Deliberar y aprobar los montos de utilidad que corresponde a cada socio.
- Dictar reglamentos, resoluciones y acuerdos.
- Modificar los estatutos de acuerdo a las sugerencias de los socios.
- Aprobar o rechazar los presupuestos presentados por los directivos.
- Tomar decisiones y autorizar el aumento o disminución del capital social.
- Designar y remover al gerente de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Responsabilidad en la toma de decisiones para el buen funcionamiento de la empresa en general.

REQUISITOS MÍNIMOS

Ser socio activo de la empresa

CÓDIGO: 02

TÍTULO DE PUESTO: ADMINISTRADOR **(**Gerente/a).

DEPENDENCIA: Su inmediato superior es la Junta General de Accionistas.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. Supervisar, guiar y planificar el proceso del servicio entregado.

TAREAS:

- Representar Judicial y extrajudicialmente a la Empresa.
- Organiza en forma coordenada los recursos económicos, financieros, humanos, materiales, etc.
- Ejecuta el plan de acción trazado
- Interpretar planes, programas y más directrices técnicas y administrativas del nivel. Legislativo.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

HABILIDADES:

- Ser creativo y poseer un alto nivel de liderazgo, a más de estar preparado para dirigir cualquier tipo de empresa.
- Tener la capacidad de control, supervisión y coordinación.
- Haber realizado estudios superiores en Administración de Empresas o carreras afines.

DESTREZAS:

- Ser un líder nato.
- Ser cumplidor y responsable con las funciones encomendadas a él.
- De igual manera que es un líder también tiene que poseer don de gente y manejar muy bien las relaciones interpersonales.
- Tener calidad de gestión.
- Facilidad de palabra.
- Responsabilidad administrativa económica y técnica en la ejecución de las tareas.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título en Ingeniería Comercial o carreras afines.
- Experiencia mínima 1 año.

CÓDIGO: 03

TÍTULO DE PUESTO: ASESOR JURÍDICO (Temporal)

DEPENDENCIA: Depende del Gerente y la Junta General de Accionistas.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

TAREAS:

- Asesorar a directivos y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.

- Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.

- Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa.

- Participar en sesiones de Junta de Socios.

- Defender las causas justas de la Empresa.

- Preparar informes.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

HABILIDADES:

- Saber aconsejar a los personeros de la empresa en aspectos legales.
- Ser buen abogado
- Son autoridad funcional más no de mando

DESTREZAS:

- Ser un profesional responsable.
- Tener una actitud colaboradora.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título a nivel universitario, Abogado
- Experiencia mínima de dos años.

CÓDIGO: 04

TÍTULO DE PUESTO: SECRETARIA/CONTADORA

DEPENDENCIA: Su jefe inmediato es el Gerente.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la Empresa, ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.

TAREAS TÍPICAS:

- Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto interna como externas.
- Manejar datos e información confidencial de la Empresa.
- Tramitar pedidos u órdenes del jefe.
- Enviar y recibir correspondencia de la Empresa.
- Mantener la información administrativa al día.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operacionales contables.

HABILIDADES:

- La principal habilidad de una secretaria contadora tiene que ser el mantener un perfil reservado.
- Tener agilidad en el manejo de los trámites.
- Llevar actualizado el sistema contable de la empresa.
- Preparar estados financieros de la empresa.
- Organizar en forma adecuada los registros contables.
- Ejecutar operaciones contables.

DESTREZAS:

- Rapidez y responsabilidad a la hora de elaborar cualquier tipo de informe.
- Saber tratar a la gente.
- Ser activa y colaboradora.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título en Contabilidad y Auditoría.
- Experiencia mínima 2 años.
- Cursos de Informática.

CÓDIGO: 05

TÍTULO DEL PUESTO: VENTAS

DEPENDENCIA: Su jefe inmediato es el Gerente.

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar la recepción de los clientes e informan sobre todos los productos que se comercializan en la Empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Atender al cliente que necesite información acerca de los productos que ofrece la empresa.
- Brindar una atención de calidad al cliente para que decida adquirir los productos.
- Presentar un informe semanal de cuantos productos han vendido.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

HABILIDADES:

- Tener cursos realizados en ventas
- Poseer cursos en atención al cliente.
- Ser responsables.
- Tener facilidad de palabra.
- Poseer excelentes relaciones interpersonales.
- Ser eficientes y ágiles en la atención al cliente.

DESTREZAS:

- Facilidad para captar las órdenes de sus superiores.
- Ser responsables y honestos con las tareas encomendadas.
- Tener buenas relaciones con los clientes.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título de bachiller mínimo

Experiencia: Un año en funciones similares

CÓDIGO: 06

TÍTULO DEL PUESTO: FINANCIERO/A

DEPENDENCIA: Su jefe inmediato es el Gerente.

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar la revisión de todos los movimientos contables de la Empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Proponer, velar, procurar y controlar las operaciones contables y financieras.

- Revisar la información sobre los movimientos contables.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

HABILIDADES:

- Saber interpretar todos movimientos contables
- Tener la capacidad de proponer, procurar y controlar las operaciones contables y financieras.

DESTREZAS:

- Tener gran responsabilidad y manejo de contabilidad.
- Estar pendiente de cada movimiento contable y financiero.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título de Contador o Ingeniero Comercial.

Experiencia: Un año en funciones similares

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de comercialización.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Se detallan los aspectos relacionados con el destino que se le da al dinero para iniciar el proyecto y la fuente de origen de dinero requerido.

INVERSIONES

Se incluye en esta parte los valores correspondientes a los diferentes rubros que son indispensables para la operación de la nueva unidad productiva las inversiones se orientan a los tres activos que componen la estructura financiera de la empresa.

- ✓ Activo Fijo
- ✓ Activo Diferido
- ✓ Activo Corriente

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizaran en el proceso del servicio o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre esta clase de activos tenemos: los terrenos, obras físicas, equipamiento de planta, y la dotación de los principales servicios básicos, etc. Las inversiones a realizar se indican a continuación:

- **Muebles Y Enseres:** Se requiere muebles y enseres, los cuales serán necesarios en lo que concierne a seguridad y útil en el área de ventas, entre estos tenemos; 2 cámaras de seguridad, 5 vitrinas, 3 mostradores, 100 pegadores y 2 mesas.

CUADRO 42
PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES

MOBILIARIO ADMINISTRACIÓN			
CONCEPTO	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Sistemas de Seguridad	1	2802	2.802
Vitrinas	5	350	1750
Mostradores	3	150	450
Televisores	2	1000	2000
Mesas	2	115	230
Teléfono	1	50	50
Sillas para clientes	6	50	300
TOTAL			**7.581,56**

Elaboración: El Autor.

- **Equipo De Oficina:** Son bienes tangibles de uso permanente referente a muebles y enseres de oficina que contribuyen a las operaciones y actividades administrativas de cualquier actividad económica.

CUADRO 43
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA			
CONCEPTO	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Calculadora	1	25	25,00
TOTAL		**25,00**	**25,00**

Elaboración: El Autor.

- **Equipo De Cómputo:** La Empresa utilizara como equipo de cómputo, una computadora, la cual permitirá desarrollar mejor los documentos contables del servicio.

CUADRO 44
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO

EQUIPO DE COMPUTO			
CONCEPTO	**CANTIDAD**	**V. UNITARIO**	**V. TOTAL**
Computadora	1	600	600,00
Impresora	1	250	250,00
TOTAL		**850,00**	**850,00**

Elaboración: El Autor.

DEPRECIACIONES

Es el desgaste físico de todos los bienes que posee la empresa y que hayan sido utilizados para la producción u otro tipo de actividades.

CUADRO 45
DEPRECIACIONES

BIENES A DEPRECIARSE	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE
Herramientas	10 años	10%
Muebles y Enseres	10 años	10%
Equipo de Oficina	10 años	10%
Equipo de Computo	3 años	33,33%

Fuente: Sistema de Rentas Internas
Elaboración: El Autor.

- **Muebles y Enseres:** Los muebles y enseres (cámaras, vitrinas, mostradores, pegadores, mesas) sufrirán depreciaciones, es decir se desgastaran dependiendo del nivel de producción que realicen durante su vida útil, y al final necesitaran ser reemplazados, con el fin de poder seguir utilizándolos durante el proceso de producción.

CUADRO N° 46
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

VIDA ÚTIL: 10 años
PORCENTAJE: 10%
BIENES A DEPRECIARSE: 7.581

N° AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	7580,00
1	758,00	758,00	6.822,00
2	758,00	1516,00	6.064,00
3	758,00	2274,00	5.306,00
4	758,00	3032,00	4.548,00
5	758,00	3790,00	3.790,00
6	758,00	4548,00	3.032,00
7	758,00	5306,00	2.274,00
8	758,00	6064,00	1.516,00
9	758,00	6822,00	758,00
10	758,00	7580,00	-

Fuente: Cuadro N° 42
Elaboración: El Autor.

- **Equipo de Oficina:** El equipo de oficina (calculadora), sufrirá deterioro dependiendo del uso que le de la empresa, por lo tanto tendrá una vida útil, y por ello es necesario cambiarlo con el objetivo que sea de gran utilidad dentro de la empresa.

CUADRO 47
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

VIDA ÚTIL: 10 años
PORCENTAJE: 10%
BIENES A DEPRECIARSE: 25,00

N° AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	25,00
1	2,5	2,50	22,50
2	2,5	5,00	20,00
3	2,5	7,50	17,50
4	2,5	10,00	15,00
5	2,5	12,50	12,50
6	2,5	15,00	10,00
7	2,5	17,50	7,50
8	2,5	20,00	5,00
9	2,5	22,50	2,50
10	2,5	25,00	-

Fuente: Cuadro N° 43
Elaboración: El Autor.

- **EQUIPO DE CÓMPUTO:** El equipo de cómputo al igual que los demás activos fijos, sufren depreciaciones, ya que se desgatan por la utilidad que se les da, es por ello que tienen una vida útil, y deben cambiarse constantemente para que puedan servir dentro de la empresa.

CUADRO 48

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

VIDA ÚTIL: **3 años** PORCENTAJE: **33,33%** BIENES A DEPRECIARSE: 850,00			
N° AÑOS	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**DEPRECIACIÓN ACUMULADA**	**VALOR EN LIBROS**
0	0,00	0,00	**850,00**
1	283,33	283,33	566,67
2	283,33	566,67	283,33
3	283,33	850,00	-

Fuente: Cuadro N° 44
Elaboración: El Autor.

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación.

- **Activos Diferidos: "K&J DETAILS"**, deberá cancelar anticipadamente el estudio preliminar, la constitución de la empresa y el permiso de funcionamiento, para que la misma pueda estar firme en el mercado y pueda llegar a realizar sus actividades conforme haya planeado durante el transcurso del tiempo.

CUADRO 49
RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Constitución de la empresa	1	40	40
Elaboración Proyecto	1	600	600
Patente Municipal	1	160	160
Permiso de Funcionamiento	1	32	32
TOTAL			**832**

Elaboración: El Autor.

- **Adecuación de la empresa: "K&J DETAILS"**, realizará una adecuación del local para mejorar la presentación el cual estará compuesto por una línea telefónica, un medidor de energía eléctrica, un medidor de agua, un extintor y un botiquín; con el propósito de que cuente con estos artículos básicos para su funcionamiento.

CUADRO 50
PRESUPUESTO DE ADECUACIÓN DE LA EMPRESA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Línea Telefónica	1	70,00	70,00
Medidor de Energía Eléctrica	1	180,00	180,00
Medidor de Agua	1	250,00	250,00
Extintor	1	40,00	40,00
Botiquín	1	15,00	15,00
TOTAL			**555,00**

Fuente: CNT, EERSA, Bomberos y Municipio de Loja.
Elaboración: El Autor.

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Es la aplicación a gasto de un activo diferido en proporción a su valor y al tiempo estimado de vida.

$$A=\frac{\text{Total Act.Dif.}}{\text{Vida útil}}=\frac{832}{5\text{ años}}=166{,}40$$

Para sacar la amortización de activos diferidos debemos dividir el total del activo diferido que será de $832,00 para la vida útil de **"K&J DETAILS"**, que será en este caso de 5 años, dándonos un total de las amortizaciones de $166,40.

CUADRO N° 51
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	AÑOS	AMORTIZACIÓN
Constitución de la empresa	40	5	8
Elaboración Proyecto	600	5	120
Patente Municipal	160	5	32
Permiso de Funcionamiento	32	5	6,4
TOTAL			**166,4**

Elaboración: El Autor.

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Son los derechos, bienes materiales que están destinados a la operación mercantil y que son de gran utilidad para **"K&J DETAILS"**, pueda realizar sus operaciones normalmente, y los puede convertir en efectivo o darle pago de cualquier clase de gastos u obligaciones.

- **Arriendo:** Contrato mediante el cual, el arrendador traspasa el derecho a usar un bien a un arrendatario, a cambio del pago de rentas de arrendamiento durante un plazo determinado.

CUADRO 52

ARRIENDO		
CONCEPTO	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
ARRIENDO	500,00	500,00

FUENTE: Arriendos
ELABORACIÓN: El Autor.

- **Mano de Obra Directa:** Es el pago salarial de dinero del obrero que tiene una relación directa con el producto fabricado, estos costos son aquellos que se pueden identificar especialmente con la unidad del producto. Para la

empresa **“K&J DETAILS”**, se trabajara con 3 empleados de los cuales una remuneración establecida por las leyes vigentes.

CUADRO 53

MANO DE OBRA DIRECTA

COMPONENTE	SUELDO PARA OBREROS
Remuneración Básica	318,00
Décima tercera Remuneración	26,50
Décima cuarta Remuneración	26,50
Aporte IESS (12,15%)	38,64
Vacaciones	13,25
*Fondos de reserva	00,00
Líquido a pagar	422,89
Nº de Empleados	3
TOTAL MENSUAL	**1262,16**
TOTAL ANUAL	**15145,93**

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo, IESS.
* Los Fondos de Reserva se pagan a partir del segundo año.
Elaboración: El Autor.

- **Agua Potable:** Llamamos agua potable al que podemos consumir o beber sin que exista peligro para nuestra salud. Es complementario en el área del servicio general; de acuerdo a la estimación de la Empresa Municipal del Agua Potable, a un costo aproximadamente de $ 20,00 dólares mensuales.

CUADRO 54
AGUA POTABLE DE SERVICIOS

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Consumo de Agua Potable	m3	1	20,00	20,00	240,00
TOTAL				**20,00**	**240,00**

FUENTE: UMAPAL
Elaboración: El Autor.

- **Servicio Telefónico:** Para el servicio telefónico que será utilizado en la empresa en toda el área del servicio se estima un costo de $ 35,00 dólares mensuales.

CUADRO 55
SERVICIO TELEFÓNICO

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Consumo telefónico	Minutos	1	35	35,00	420,00
TOTAL				**35,00**	**420,00**

FUENTE: Corporación Nacional de Telecomunicaciones
Elaboración: El Autor.

- **Energía Eléctrica:** La capacidad para iniciar un movimiento o hacer que algo se transforme se conoce como **energía.** En el área de servicio de empresa de energía eléctrica, se estima un consumo de $45,00 dólares mensuales.

CUADRO 56
ENERGÍA ELÉCTRICA

COMPONENTE	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	1	33	33,00	388,00
TOTAL			**33,00**	**388,00**

FUENTE: EERSSA
Elaboración: El Autor.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Dentro de estos gastos están determinados los siguientes: sueldos y lo gastos de energía eléctrica, uso telefónico, arriendo, útiles de oficina y útiles de aseo.

REMUNERACIÓN AL PERSONAL ADMINISTRATIVO:

En este punto es la remuneración del personal como son: administrador, jefe de producción, jefe de finanzas y jefe de recursos humanos que trabajara en la parte administrativa de acuerdo a los puestos a ocupar.

CUADRO 57

REMUNERACIÓN AL PERSONAL

COMPONENTE	REMUNERACIÓN ADMINISTRADOR
Remuneración Básica	600,00
Décima tercera Remuneración	50,00
Décima cuarta Remuneración	26,50
Aporte IESS (12,15%)	72,90
Vacaciones	25,00
*Fondos de reserva	00,00
Líquido a pagar	774,40
Nº de Empleados	1
TOTAL MENSUAL	**774,40**
TOTAL ANUAL	**9292,80**

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo, IESS * Los Fondos de Reserva se pagan a partir del segundo año.
Elaboración: El Autor.

CUADRO 59
MATERIALES E INSUMOS

COMPONENTE	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Fundas	O,50	100	50,00	600,00
Detergente	0,75	12	9,00	108,00
Escoba	2	1	2,00	24,00
Trapeadores	3	1	3,00	36,00
Facturero	85	1	85,00	1020,00
TOTAL			**149,00**	**1.788,00**

FUENTE: La Reforma, Bodegas
ELABORACIÓN: El Autor.

GASTOS DE VENTAS

Al impulsar el producto al mercado, indiscutiblemente se hará uso de los gastos de material de empaque, publicitario y de promoción, para ello se hará desembolso.

PUBLICIDAD: Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.

CUADRO 60
GASTO EN PUBLICIDAD

COMPONENTE	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad radial (cuñas)	137,00	1	137,00	1644,00
TOTAL			**137,00**	**1644,00**

FUENTE: Radios locales
ELABORACIÓN: El Autor.

CUADRO 61

RESUMEN DE INVERSIONES

RUBROS	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Muebles y Enseres	7.581,56
Equipo de Oficina	25
Equipo de Computo	850
5% imprevistos	422,8
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**8.879,39**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Permiso de funcionamiento	32
Elaboración Proyecto	600
Patente Municipal	160
Gastos de Constitución	40
5 % imprevistos	41,6
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**873,6**
CAPITAL DE TRABAJO	
Mano de Obra Directa	1262,16
Energía Eléctrica del Servicio	45
Inventario para la venta de suvenires	2300
Inventario para flores	1264
Agua del Servicio	20
Servicio telefónico	35
Materiales e Insumos	149
Arriendo	500
Costo de Ventas	125
5 % imprevistos	285,008
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	**5.985,17**
TOTAL DE LA INVERSIÓN	**15.738,16**

FUENTE: Cuadros de Inversión (A. fijos, A. diferidos, A. circulantes)
ELABORACIÓN: El Autor.

El valor total de la inversión que la empresa utilizará para la implementación de **"K&J DETAILS",** será de **$15.738,16.**

- **Financiamiento:** El financiamiento del **"K&J DETAILS"**, está dado por la capacidad utilizada de los diferentes activos, entre estos tenemos; activos fijos, activos diferidos, activos circulantes o capital de trabajo, los mismos que permitirán evaluar el financiamiento del proyecto para conocer la factibilidad del mismo para futura ejecución. A continuación se dará a conocer el capital Interno (propio) con que cuenta la empresa y el capital externo (ajeno) que se pedirá al Banco, todo ello es con el fin de financiar la inversión de la empresa.

CUADRO 62
FINANCIAMIENTO

COMPONENTE	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	10.000,00	63,54
Capital Externo	5.738,16	36,46
TOTAL	**15.738,16**	**100,00**

Fuente: Resumen de Inversión.
Elaboración: El Autor.

En el Capital Propio las accionistas de **"K&J DETAILS",** van aportar con un capital propio de **$10.000,00** que será de **63,54%** del total del dinero que requiere la empresa.

"K&J DETAILS", hará uso de un préstamo al Banco Nacional de Fomento por una cantidad de **$5.738,16** que corresponderá al **36,46%,** a un plazo de 5 años y cuya tasa de interés es del **11,20%**, ya que este Banco es el más indicado para pedir nuestro crédito.

AMORTIZACIÓN

CUADRO 63
TABLA DE AMORTIZACIÓN

Entidad Financiera: Banco Nacional de Fomento

Monto: 5.738,16

Taza Activa: 11,20%

Plazo: 5 años

AÑOS	SEMESTRE	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL	INTERÉS SEMESTRAL	INTERÉS ANUAL
1	1	5738,16	573,82	5164,34	321,34	610,54
	2	5164,34	573,82	4590,53	289,20	
2	1	4590,53	573,82	4016,71	257,07	482,01
	2	4016,71	573,82	3442,90	224,94	
3	1	3442,90	573,82	2869,08	192,80	353,47
	2	2869,08	573,82	2295,26	160,67	
4	1	2295,26	573,82	1721,45	128,53	224,94
	2	1721,45	573,82	1147,63	96,40	
5	1	1147,63	573,82	573,82	64,27	96,40
	2	573,82	573,82	0,00	32,13	

Fuente: Cuadro N° 62
Elaboración: El Autor.

“K&J DETAILS”, se podrá ver aproximado en algún momento a conseguir los fondos necesarios para la operación del negocio, es decir debe tomar decisiones de financiación. Para que la empresa pueda financiarse, puede optar por tomar varias formas tales como la generación interna de fondos, que se da a partir de la operación normal del negocio, la obtención de préstamos (pasivos) o la venta de acciones (patrimonio); todos estos elementos son

denominados amortización de crédito, los cuales permitirán que la empresa pueda financiarse normalmente.

- **PRESUPUESTO PROFORMADO O PROYECTADO.**

En cualquier proyecto es fundamental elaborar los presupuestos de costos e ingresos para la vida útil del proyecto ya que constituye la información básica para elaborar las herramientas o estados financieros que permiten realizar la evaluación financiera que es el punto en donde se determina si el proyecto es o no factible.

CUADRO 64
PRESUPUESTO PROYECTADO DE COSTOS

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DEL SERVICIO					
Materiales e Insumos	1.788	1.815	1.842	1.870	1.898
Servicios básicos	1.200	1.218	1.236	1.255	1273,6
INVENTARIO PARA LA VENTA	47.997	49.615	51.280	52.996	54.762
(SOUVENIRS Y ARREGLOS FLORALES)					
COSTO TOTAL DE COMERCIALIZACIÓN	**50.985**	**52.647**	**54.358**	**56.120**	**57.933**
Gastos de Administración					
Remuneraciones	24.439	24.805	25.177	25.555	25.938
Deprecación de Equipo de Oficina	3	3	3	3	3
Depreciación de Equipo de Computo	283	283	283	283	283
Depreciación de Muebles y Enseres	758	758	758	758	758
Amortización de Activos Diferidos	166	166	166	166	166
Gastos de Ventas		0	0	0	0
Publicidad Radial	137	139	141	143	145
Gastos Financieros		0	0	0	0
Intereses sobre Créditos	611	627	644	661	679
Otros Gastos		0	0	0	0
Amortización de Capital	574	589	605	622	638
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	**26.971**	**27.371**	**27.778**	**28.192**	**28.611**
COSTO TOTAL	**77.956**	**80.018**	**82.136**	**84.312**	**86.544**

Elaboración: El Autor.

CUADRO 65
SOUVENIRS Y ARREGLOS FLORALES

COMPONENTE	CANTIDAD	COSTO DE PRODUCCIÓN	UTILIDAD	PVP	INGRESO ANUAL
SOUVENIRES	13800	3	70%	5,1	70.380,00
ARREGLOS FLORALES	6067	3,5	50%	5,25	31.852,00
TOTAL					**102.232,00**

ELABORACIÓN: El Autor.

Para la realización de los precios de los productos que se va a ofrecer en la tienda de Souvenirs y arreglos florales se estimó la demanda de los productos a ofrecer al mismo que se multiplicó los ingresos ya impuesto el margen de utilidad por la cantidad de productos semanales estimadas, dándonos un total del precio unitario para cada producto a ofrecer. Con un total de **$102.232** dólares de ingreso al año.

- **Presupuestos de Ingresos:** Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer los productos a ofrecer y su precio.

CUADRO 66

PRESUPUESTO DE INGRESOS	
COMP0NENTE	**VALOR TOTAL**
Souvenirs y Arreglos Florales	102.232,00
TOTAL	**102.232,00**

Fuente: Cuadro N° 65
Elaboración: El Autor.

- **Estado de Pérdidas y Ganancias:** Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio, mediante la comparación de ingresos y egresos.

CUADRO 67
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

1. INGRESOS	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Ventas	102.232,00	109.388,00	117.045,00	125.238,00	134.005,00
Valor Residual					99,55
Otros Ingresos					
TOTAL DE INGRESOS	102.232,00	109.388,00	117.045,00	125.238,00	134.005,00
2. EGRESOS					
Costo del servicio	45.336,00	46.560,00	47.817,00	49.108,00	50.434,00
Costo de Operación	**32.092,00**	**32.958,00**	**33.848,00**	**34.762,00**	**35.700,00**
TOTAL DE EGRESOS	**77.427,59**	**79.518,13**	**81.665,12**	**83.870,08**	**86.134,58**
UTILIDAD BRUTA 1-2	24.804,16	29.869,84	35.380,01	41.368,21	47.870,39
15% Utilidad Trabajador	3.721,00	4.480,00	5.307,00	6.205,00	7.181,00
UTILIDAD ANTICIPADA IMPUESTOS	21.083,54	25.389,36	30.073,01	35.162,98	40.689,84
25% Impuesto Renta	5.271,00	6.347,00	7.518,00	8.791,00	10.172,00
UTILIDAD ANTICIPADA RESERVA	15.813,00	19.042,00	22.555,00	26.372,00	30.517,00
10% Reserva Legal	1581,00	1904,00	2255,00	2637,00	3052,00
UTILIDAD LIQUIDA	14.231,00	17.138,00	20.299,00	23.735,00	27.466,00

FUENTE: Cuadro N° 66
ELABORACIÓN: El Autor.

El Estado de Pérdidas y Ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida que ha tenido nuestra empresa; se ha calculado las ventas por el 7% de incremento para cada año, por lo tanto damos a conocer que se ha obtenido más ingresos que egresos, demostrando que ha tenido utilidad, por lo cual presenta un estado financiero positivo.

CUADRO 68
CLASIFICACIÓN DE COSTOS

RUBRO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
COSTO DEL SERVICIO	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**
Materiales e Insumos		1.788,00		1.814,82		1.842,04		1.869,67		1.897,72
Servicios básicos	1200		1218		1236,27		1254,81		1273,6	
INVENTARIO PARA LA VENTA (SOUVENIRS Y ARREGLOS FLORALES)		47.997,04		49.614,58		51.279,93		52.995,97		54.761,63
TOTAL COSTO DEL SERVICIO	**1200**	**49.785,04**	**1218**	**51.429,40**	**1236,27**	**53.121,97**	**1254,81405**	**54.865,64**	**1273,636261**	**56.659,35**
COSTO TOTAL DE COMERCIALIZACIÓN	**1200**	**49.785,04**	**1218**	**51.429,40**	**1236,27**	**53.121,97**	**1254,81405**	**54.865,64**	**1273,636261**	**56.659,35**
Gastos de Administración										
Remuneraciones	24.439		24.805,31		25.177,39		25.555,05		25.938,38	
Deprecación de Equipo de Oficina	2,5		2,5		2,5		2,5		2,5	
Depreciación de Equipo de Computo	283,33		283,33		283,33		283,33		283,33	
Depreciación de Muebles y Enseres	758,00		758,00		758,00		758,00		758,00	
Amortización de Activos Diferidos	166,4		166,4		166,4		166,4		166,4	
Gastos de Ventas			0		0		0		0	
Publicidad Radial	137		139		141		143		145	
Gastos Financieros			0		0		0		0	
Intereses sobre Créditos	611		627		644		661		679	
Otros Gastos			0		0		0		0	
Amortización de Capital	574		589		605		622		638	
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	**26.970,96**		**27.370,60**		**27.777,76**		**28.191,54**		**28.611,01**	
	28.170,96	**49.785,04**	**28.588,60**	**51.429,40**	**29.014,03**	**53.121,97**	**29.446,35**	**54.865,64**	**29.884,65**	**56.659,35**
COSTO TOTAL DE COMERCIALIZACI	**77.956,00**		**80.018,00**		**82.136,00**		**84.312,00**		**86.544,00**	

Elaboración: El Autor.

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1

MÉTODO MATEMÁTICO

DATOS:

CF	28170,96
CV	49785,04
VT	102232
RESPUESTA	54912,12

FORMULAS:

1. PE en Función de Ventas:

P.E$= \dfrac{\text{C.F.}}{1-\left(\dfrac{\text{C.V.}}{\text{V.T}}\right)}$

***Desarrollo:**

P.E$= \dfrac{28.170,96}{1-\left(\dfrac{49.785,04}{102.232,00}\right)}$

P.E= $54.912,12$**//**

2. Fórmula para capacidad instalada:

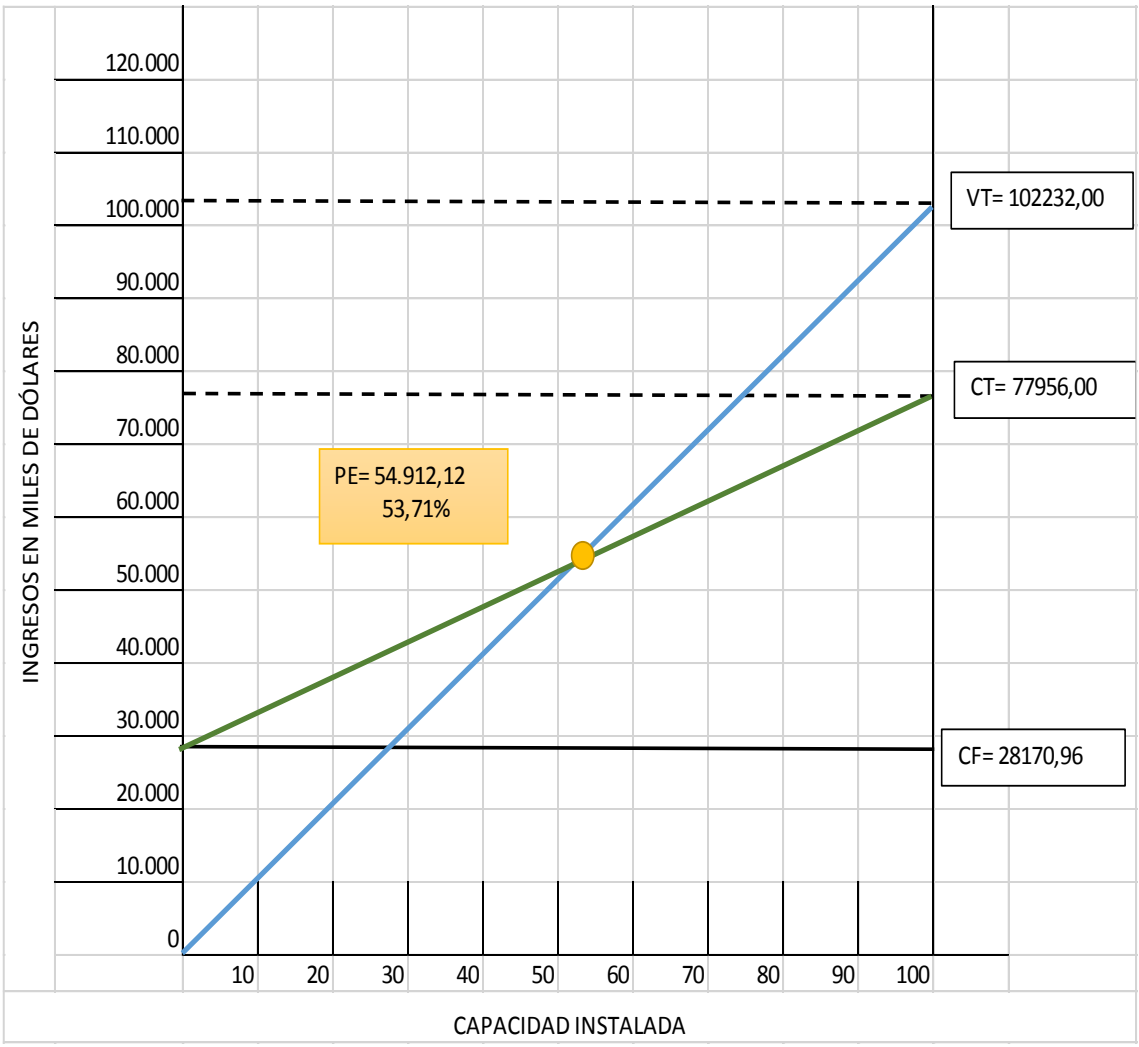
P.E=$\dfrac{\text{C.F.}}{\text{V.T.}-\text{C.V.}}$X 100

***Desarrollo:**

P.E= $\dfrac{28.170,96}{102.232,00-49.785,04}$X 100

P.E= $53,71\%$**//**

MÉTODO GRÁFICO AÑO 1



Elaboración: El Autor.

ANÁLISIS: Cuando la empresa utilice más del 53,71% y venda más de 54.914,15 dólares, ésta tendrá ganancias y cuando esta venda menos entra a pérdida.

AÑO 3

MÉTODO MATEMÁTICO

DATOS:

CF	29014,03
CV	53121,97
VT	117045
RESPUESTA	53125,57

FORMULAS:

1. **PE en Función de Ventas:**

P.E$= \dfrac{\text{C.F.}}{1-\left(\dfrac{\text{C.V.}}{\text{V.T}}\right)}$

***Desarrollo:**

P.E$= \dfrac{29.014{,}03}{1-\left(\dfrac{53.121{,}97}{117.045{,}00}\right)}$

P.E=$\mathbf{53.125{,}57}$**//**

Fórmula para capacidad instalada:

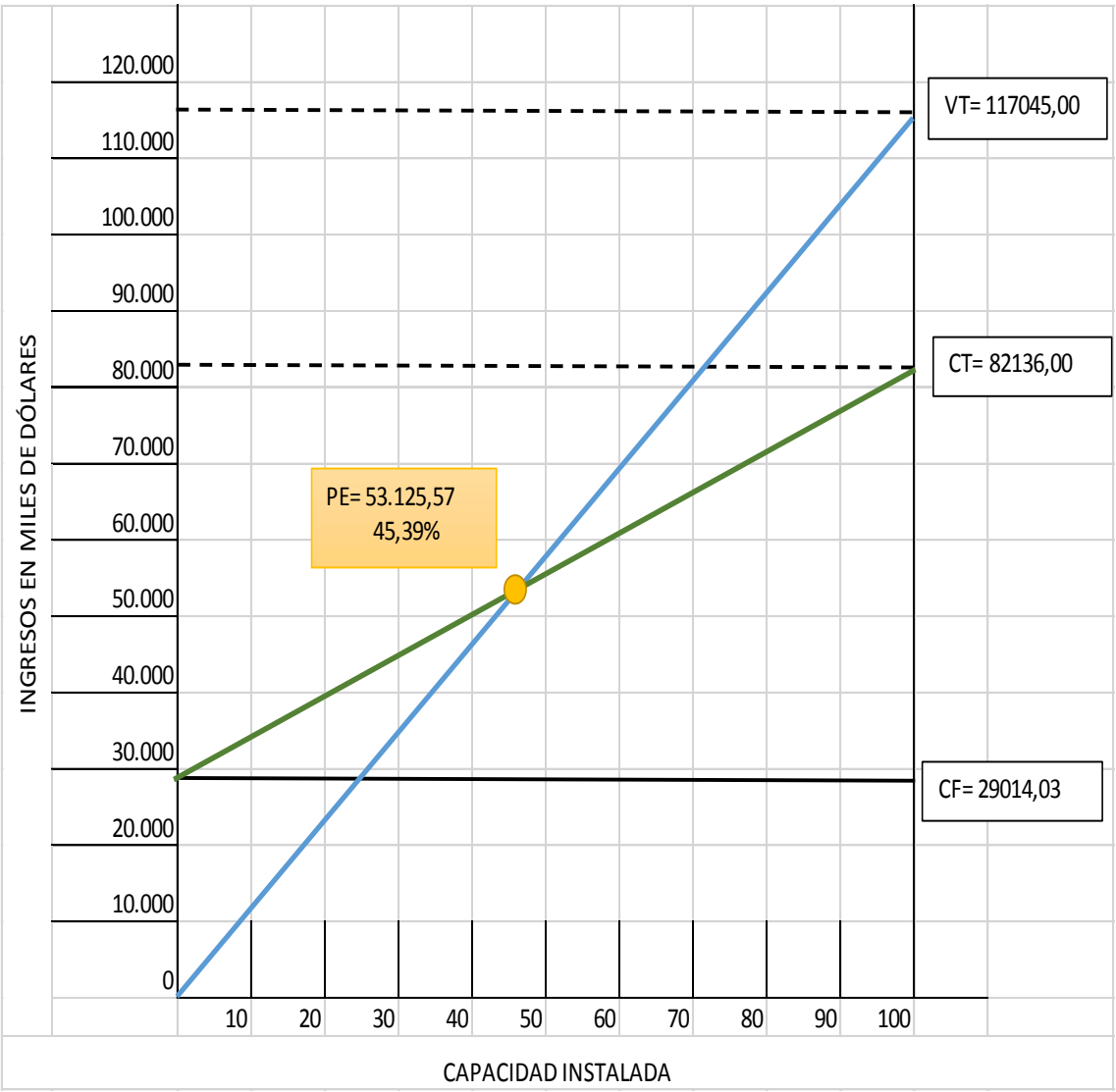
P.E=$\dfrac{\text{C.F.}}{\text{V.T.}-\text{C.V.}}$X 100

***Desarrollo:**

P.E= $\dfrac{29.014{,}03}{117.045{,}00-53.121{,}97}$X 100

P.E= **45,39%//**

MÉTODO GRÁFICO AÑO 3



Elaboración: El Autor.

ANÁLISIS: Cuando la empresa utilice más del 45,39% y venda más de 53.125,57 dólares, ésta tendrá ganancias y cuando esta venda menos entra a pérdida.

AÑO 5

MÉTODO MATEMÁTICO

DATOS:

CF	29884,65
CV	56659,37
VT	134005
RESPUESTA	51776,58

FÓRMULAS:

1. **PE en Función de Ventas:**

P.E$= \dfrac{\text{C.F.}}{1-\left(\dfrac{\text{C.V.}}{\text{V.T}}\right)}$

***Desarrollo:**

P.E$= \dfrac{29{,}884{,}65}{1-\left(\dfrac{56.659{,}37}{134.005{,}00}\right)}$

P.E= $51.776{,}58$**//**

Fórmula para capacidad instalada:

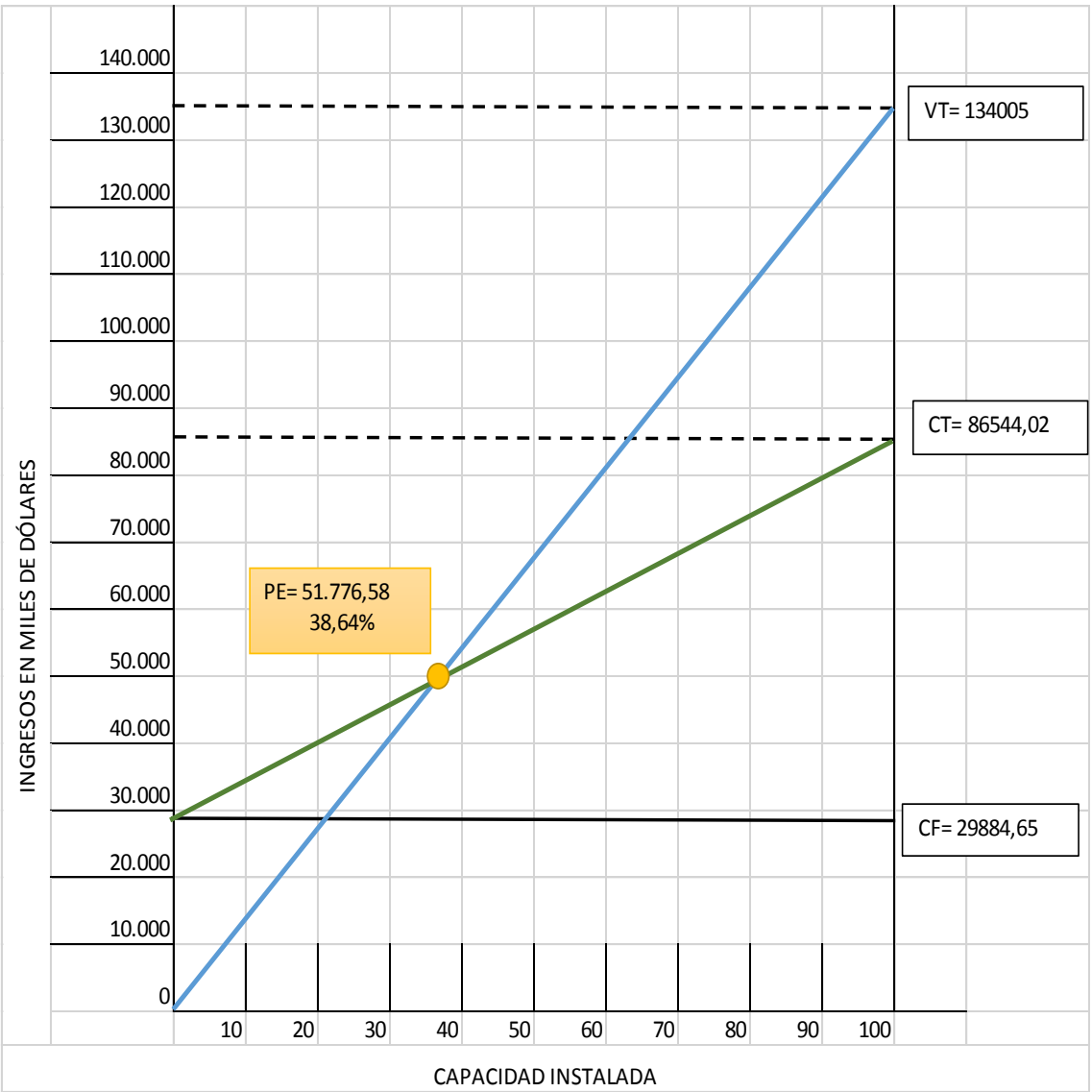
P.E=$\dfrac{\text{C.F.}}{\text{V.T.}-\text{C.V.}}$X 100

***Desarrollo:**

P.E= $\dfrac{29.884{,}65}{134.005{,}00-56.659{,}37}$X 100

P.E= 38,64%**//**

MÉTODO GRÁFICO AÑO 5



Elaboración: El Autor.

ANÁLISIS: Cuando la empresa utilice más del 38,64% y venda más de 51.776,58 dólares, ésta tendrá ganancias y cuando esta venda menos entra a pérdida.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación; donde el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión a través de indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad.

- **Flujo De Caja:** Consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año. Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, Por lo tanto el flujo de caja puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión o como parte de la etapa de ejecución.

CUADRO N° 69

FLUJO DE CAJA

FLUJO DESCONTADO DE CAJA

1. INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	102.232,00	109.388,00	117.045,00	125.238,00	134.005,00
Valor Residual					2.107,00
Otros Ingresos					
TOTAL DE INGRESOS	**102.232,00**	**109.388,00**	**117.045,00**	**125.238,00**	**136.112,00**
2. EGRESOS					
Costo del servicio	45.336,00	46.560,00	47.818,00	49.109,00	50.434,00
Costo de Operación	**32.620,00**	**33.458,00**	**34.318,00**	**35.203,00**	**36.110,00**
TOTAL DE EGRESOS	**77.956,00**	**80.018,00**	**82.136,00**	**84.312,00**	**86.544,00**
UTILIDAD BRUTA 1-2	24.276,00	29.370,00	34.909,00	40.926,00	47.461,00
15% Utilidad Trabajador	3.641,40	4.405,50	5.236,35	6.138,90	7.119,15
UTILIDAD ANTICIPADA IMPUESTOS	20.634,60	24.964,50	29.672,65	34.787,10	40.341,85
25% Impuesto Renta	5.158,65	6.241,13	7.418,16	8.696,78	10.085,46
UTILIDAD ANTICIPADA RESERVA	15.475,95	18.723,38	22.254,49	26.090,33	30.256,39
10% Reserva Legal	1.547,60	1.872,34	2.225,45	2.609,03	3.025,64
FLUJO DE CAJA DESCONTADO	13.928,36	16.851,04	20.029,04	23.481,29	27.230,75

FUENTE: Cuadro N° 67
ELABORACIÓN: El Autor.

Análisis: En este caso se sumaron las amortizaciones y depreciaciones debido a que estos valores no fueron incluidos en los costos de producción.

- **VALOR ACTUAL NETO (VAN):** Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Si el VAN es positivo (+), se acepta la inversión.

Si el VAN es negativo (-), la inversión se rechaza.

Si el VAN es igual a cero (0), queda a criterio del inversionista asignar o no recursos al proyecto.

Para calcular el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$\boxed{VAN = \sum VA_1^n - Inversion}$$

En Donde: **VAN:** Valor Actual Neto
$\sum$ **:** Sumatoria
VA **:** Valores Actuales
n **:** Años

CUADRO N° 70
VALOR ACTUAL NETO (VAN)

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DESCUENTO 11,20%	VALOR ACTUALIZADO
1	13.928	0,899280576	12.525
2	16.851	0,808705554	13.628
3	20.029	0,727253196	14.566
4	23.481	0,654004672	15.357
5	27.231	0,588133698	16.015
	Sumatoria valor actualizado		**72.091,41**
		Inversión inicial	15.738,16
	Sumatoria final actualizada		**56.353,25**

FUENTE: Cuadro N° 69
ELABORACIÓN: El Autor.

FÓRMULAS:

$FA = (1 + \mathrm{i})^{n}$

$FA = (1 + 0.112)^{-1}$

$FA = \mathbf{0,89928}$***///***

$VAN = \sum Valor\ Actualizado - Inversión$

$VAN = 72.091{,}41 - 15.738{,}16$

$\boldsymbol{VAN = 56.353,25}$***///***

Análisis: De acuerdo al resultado obtenido podemos concluir que el VAN es mayor a 1, lo que significa que actualizando el flujo a la tasa de oportunidad del 11,20 %, se acepta la inversión; ya que el proyecto obtiene más valor al transcurrir los años durante su vida útil.

- **Tasa Interna De Retorno (Tir):** Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final.

Si la TIR es superior al costo de oportunidad o costo de capital se inserta la inversión.

Si la TIR es inferior al costo de oportunidad o de capital la inversión se rechaza.

Si la TIR es igual al costo de oportunidad o de capital es criterio del inversionista asignar o no recursos al proyecto.

Para calcular la tasa interna de retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$\boxed{TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)}$$

En Donde:

TIR : Tasa Interna de Retorno.

Tm : Tasa Menor.

VAN Tm: VAN de la Tasa Menor.

Dt: Diferencia de Tasas.

VAN TM: VAN de la Tasa Mayor.

CUADRO N° 71
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR 101 %	VALOR	FACTOR 102%	VALOR
1	13.928	0,497512438	6.930	0,4950495	6895
2	16.851	0,247518626	4.171	0,2450740	4130
3	20.029	0,123143595	2.466	0,1213238	2430
4	23.481	0,06126547	1.439	0,060061272	1410
5	27.231	0,030480333	830	0,029733303	810
			15.835,52		15675
			15.738,16		15.738,16
			97,36		-63,21

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

TIR=101+(102-101)(97,36/(97,36-(-63,21)))
TIR = 101 + (1*(97,36/(160,57))
TIR= 101 +1 *(0,6063)
TIR= 101 + 0,6063
TIR= 101,61%

FUENTE: Cuadro N° 72
ELABORACIÓN: El Autor.

Análisis: La tasa interna de retorno expresa el rendimiento de la inversión al ejecutar el proyecto. La TIR del proyecto es de **101,61%** lo que significa que es superior al costo de oportunidad o de capital por tanto es aceptable la inversión.

- **Relación Beneficio Costo:** Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Si la relación beneficio costo es mayor que 1 el proyecto se acepta.

Si la relación es igual a 1 es criterio del inversionista.

Si la relación es menor que 1 el proyecto se rechaza.

Para calcular relación beneficio costo se aplica la siguiente formula:

$$\boxed{RBC = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}}$$

CUADRO N° 72
RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC)

AÑOS	ACTUALIZACIÓN DE COSTOS			ACTUALIZACIÓN DE INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR (11.20%)	COSTO ACTUAL	INGRESOS ORIGINAL	FACTOR (11.20%)	INGRESOS ACTUALIZADOS
1	77.956,00	0,899280576	70.104	102232,00	0,899280576	91.935
2	80.018,00	0,808705554	64.711	109388,00	0,808705554	88.463
3	82.136,00	0,727253196	59.734	117045,00	0,727253196	85.121
4	84.312,00	0,654004672	55.140	125238,00	0,654004672	81.906
5	86.544,00	0,588133698	50.899	134005,00	0,588133698	78.813
			300.589			**426.238**

FUENTE: Cuadro N° 69

ELABORACIÓN: El Autor.

Fórmula:

$$RBC = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}$$

$$RBC = \frac{426.238}{300.589}$$

$$RBC = \mathbf{1,42\ dólares}$$

Análisis: El proyecto se acepta debido a que su RBC es mayor a uno, alcanzando un valor de **1,42**. Lo que quiere decir que por cada dólar invertido se tendrá 42 centavos de utilidad.

- **Periodo Recuperación De Capital:** Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar.

Para calcular periodo recuperación de capital se aplica la siguiente formula:

$$PRC = ASI + \left(\frac{Inversión - \sum \Pr ime.Flujos}{FASI} \right)$$

En Donde:

RBC: Periodo Recuperación de Capital
ASI: Año que supera Inversión.
$\sum$ **:** Sumatoria de Primeros Flujos
FASI: Flujo año que supera Inversión.

CUADRO N° 73
PERIODO RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO (11,20%)	VALOR ACTUALIZADO
1	13.928	0,899280576	12.525
2	16.851	0,808705554	13.628
3	20.029	0,727253196	14.566
4	23.481	0,654004672	15.357
5	27.231	0,588133698	16.015

FUENTE: Cuadro N° 71
ELABORACIÓN: El Autor.

Fórmula:

$$PRC = ASI + \left(\frac{Inversión - \sum \text{Prime.Flujos}}{FASI} \right)$$

$$\boldsymbol{PRI} = 2 + \left(\frac{15.738{,}16 - 12.525}{13.628} \right)$$

$$\boldsymbol{PRI} = 2 + \left(\frac{3.213{,}16}{13.628{,}00} \right)$$

$$\boldsymbol{PRI} = \mathbf{2{,}2357///}$$

$$\mathbf{2\ Años} = 0{,}2357 \text{ x } 12 = \mathbf{2{,}82}$$

$$\mathbf{2\ Meses} = 0{,}82 \text{ x } 30 = \mathbf{24{,}6}$$

24 Días.

Análisis: De acuerdo a este indicador nos permite conocer en qué tiempo se recupera los recursos invertidos en el proyecto, obteniendo del cálculo que se recuperará en 2 años, 2 meses y 24 días.

- **Análisis de Sensibilidad:** Se denomina **análisis de sensibilidad** porque muestra cuán sensible es, el presupuesto de caja a determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos.

  El análisis de sensibilidad se calcula bajos dos escenarios:

  - Incrementos de costos e Ingresos constantes.
  - Disminución de ingresos y costos constantes.

PROCEDIMIENTO:

- Se calcula la nueva tasa interna de retorno aplicando la siguiente fórmula:

$$\boxed{NTIR = Tm + DT\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)}$$

- Para calcular la tasa interna resultante para ello se aplica la siguiente formula:

$$\boxed{TIRR = TIRO - NTIR}$$

En Donde:

TIRR: Tasa Interna de Retorno Resultante.

TIRP: Tasa Interna de Retorno del Proyecto.

N. TIR: Nueva Tasa Interna de Retorno.

- Se calcula el porcentaje de variación para ello se aplica la siguiente fórmula:

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO}\right) X100$$

En Donde:

% V: Variación

TIRR: Tasa Interna de Retorno Resultante.

TIRP: Tasa Interna de Retorno del Proyecto.

100 : Constante de corrección.

- Se calcula el valor de sensibilidad para ello se aplica la siguiente fórmula:

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR}\right)$$

En Donde:

S: Valor de Sensibilidad

% V: Porcentaje de Variación.

N.TIR: Nueva Tasa Interna de Retorno.

CUADRO N° 74

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO INCREMENTO 27%	INGRESO ORIGINAL	FLUJO CAJA	FACTOR 51%	VAN MENOR	FACTOR 52%	VAN MAYOR
		1,27			0,51		0,52	
1	77.956	99.004	102.232	3.228	0,662252	2.138	0,657894737	2.124
2	80.018	101.623	109.388	7.765	0,438577255	3.406	0,432825485	3.361
3	82.136	104.313	117.045	12.732	0,290448513	3.698	0,284753608	3.626
4	84.312	107.076	125.238	18.162	0,192350009	3.493	0,1873379	3.402
5	86.544	109.911	134.005	24.094	0,127384112	3.069	0,123248619	2.970
						15.804		15.482
						15.738		15738,16
						66		-256

Elaboración: El Autor.

Tasa Interna de Retorno ORIGINAL = **101,61**

NUEVA TIR CON EL FACTOR 27% DE INCREMENTO= **51,29**

PASO 1 **DIFERENCIA DE TIR**

TIR ORIGINAL – NUEVA TIR= (101,61-51,29) = **49,71**

PASO 2 **PORCENTAJE VARIACIÓN**

(TIR ORIGINAL – NUEVA TIR) / TIR ORIGINAL=(49,71/101,61)*100= **48,92**

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

PORCENTAJE DE VARIACIÓN / NUEVA TIR = (48,92/51,29) = **0,99**

Análisis: Como el coeficiente de sensibilidad obtenido para el proyecto con un **27,00%** de aumento en los costos, resultó el **0,99**; significa que el valor de sensibilidad de nuestro proyecto es inferior a 1 por lo tanto no es sensible, es

decir no le afectaría la variación de los costos, por lo que sigue manteniendo rentabilidad.

CUADRO N° 75

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO ORIGINAL	DISMINUCION DE INGRESOS 20%	INGRESO ORIGINAL	FLUJO CAJA	FACTOR 48%	VAN MENOR	FACTOR 49%	VAN MAYOR
		0,80			0,48		0,49	
1	77.956	81.786	102.232	3.830	0,675676	2.588	0,6711409	2.570
2	80.018	87.510	109.388	7.492	0,4565376	3.421	0,45043016	3.375
3	82.136	93.636	117.045	11.500	0,3084714	3.547	0,30230212	3.476
4	84.312	100.190	125.238	15.878	0,2084266	3.309	0,20288733	3.222
5	86.544	107.204	134.005	20.660	0,1408288	2.910	0,13616599	2.813
						15.775		15.456
						15.738		15738,16
						36		-282

Elaboración: El Autor.

Tasa Interna de Retorno ORIGINAL = **101,61**

NUEVA TIR CON FACTOR 20% DE DISMIN. DE INGRESOS = **48,18**

PASO 1 **DIFERENCIA DE TIR**

TIR ORIGINAL – NUEVA TIR= (101,61 - 48,18) = **52,82**

PASO 2 **PORCENTAJE VARIACIÒN**

(TIR ORIGINAL – NUEVA TIR) / TIR ORIGINAL=(52,82/101,61)*100= **52,29**

ANALISIS SENSIBILIDAD

PORCENTAJE DE VARIACIÓN / NUEVA TIR = (52,29/101,61) = **0,99**

Análisis: Aplicando un coeficiente de 20**%** de disminución en los ingresos, obtuvimos como resultado el **0,99** lo que se evidencia que el resultado es menor a 1; por tanto el proyecto no es sensible, es decir no afectaría a la disminución de los ingresos.

h. CONCLUSIONES:

Luego de haber realizado y analizado sobre la implementación del proyecto de la Empresa de Comercialización de arreglos florales y suvenires se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

- La Empresa de comercialización de arreglos florales y suvenires para la ciudad de Loja ha sido diseñada con el fin de impulsar la prestación de esta actividad de comercialización y aportar así con el desarrollo socioeconómico de la sociedad.

- La demanda para los servicios de comercialización de arreglos florales y suvenires a más de tener un carácter eventual, muestra una tendencia un tanto inalterable, por la tradición cultural de los habitantes de la región y por ende de la ciudad de Loja además el estudio de mercado demuestra que de implementarse el proyecto, la empresa tendrá una buena aceptación.

- La segmentación del mercado en cuanto a edad, fue procedente debido a que es necesario conocer la capacidad de pago con el fin de establecer precios.

- La inversión que se necesita originalmente para implementar la empresa es de $ 15.738,16 del cual el 63,54% es capital propio y el 36,46% es capital externo

- Los indicadores económicos como el VAN, TIR, PERIODO DE RECUPERACION, etc. muestran que el proyecto es ejecutable y por lo tanto es factible y recomendable realizarlo.

i. RECOMENDACIONES:

Al término del proyecto presentado creímos conveniente realizar las siguientes recomendaciones:

- Mantener una revisión constante de los datos del estudio de mercado, ya que los mismos son de mayor importancia y ayudan a condicionar las demás etapas del proyecto.

- Al ponerse en ejecución este proyecto de deberá procurar planificar de la manera más adecuada como se lo hará conocer mediante estrategias adecuadas de mercadeo.

- Realizar revisiones semestrales del análisis de costos para poder realizar los ajustes necesarios en los precios de venta al público, de manera que se produzca los ingresos suficientes para solventar los costos de operación y obtener las utilidades esperadas, así mismo es importante que la empresa trabaje por encima de los puntos de equilibrio establecidos con el fin de obtener mayores beneficios.

- Como el proyecto es factible de realizarlo se pone a disposición de inversionistas ya que el mismo es una opción atractiva, debido a que su ejecución generará tanto sociales como económicos en la ciudad de Loja.

j. BIBLIOGRAFIA:

LIBROS

- **ZUANI,** Rafael Elio. (2003). Introducción a la Administración de Organizaciones, Editorial Maktub, Segunda Edición.
- **CORDOVA,** Padilla, Marcial. (2006). Formulación y evaluación de proyectos. Ecoe ediciones.
- **MORALES,** Castro, Arturo. Y otros. (2009). Proyectos de Inversión, Evaluación y Formulación. M.c Graw Interamericana editores. 1ra. Edición.
- **BACA,** Urbina, Gabriel.(2001). Evaluación de proyectos. Editorial McGraw-Hill 4ta. Edición. México
- **FERNÁNDEZ,** Espinoza, Saúl. (2007). Proyectos de Inversión: Evaluación financiera. Editorial Tecnológica de Costa Rica. 1ra. Edición
- **ROBBINS,** Stephen. Administration. (2010). Hall. Mx. 1ra. Edición.
- **MONTALVÁN,** Garcés, César. (1999). Los Recursos Humanos para la pequeña y mediana empresa. 1ra. Edición.
- **RIVERA,** Martínez Francisco. Y otros (2001). Guía para el Aprendizaje. México. 1ra Edición.
- **CÓRDOVA** Marcial. Formulación de Proyectos. ECOE Ediciones. Vigésima Edición. Colombia. Año 2006.
- **FLOREZ** Uribe Antonio. Proyecto de inversión para las PYME. ECOE Ediciones. Primera Edición. Colombia. Año 2007
- http://carlosfcorrea.files.wordpress.com/2010/10/estudio_tecnico_en_la_formulacion_de_proyectos.pdf
- **ILPES**. Guía para la presentación de proyectos. Siglo XXI Editores. Vigesimoséptima edición. Año 2006

- **MIRANDA** M. Juan José. Gestión de Proyectos: Identificación, formulación, evaluación financiera. Quinta edición. MM Editores. Bogotá 2005
- **RAMIREZ; CAJIGAS**. Proyectos de Inversión Competitivos: Formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica. Colombia. Año 2004.

k. ANEXOS

Anexo 1: ENCUESTA APLICADA A LA PEA DE LA CIUDAD DE LOJA

Demandantes de Souvenirs

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimado señor/a con el compromiso de cumplir con los requerimientos académicos para la elaboración de una tesis de grado, en la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, estoy desarrollando una investigación para lo cual, preciso de su información veraz y confiable.

1. ¿A usted le gusta realizar eventos familiares?
SI ( )
NO ( )

2. ¿Obsequia usted Souvenirs?
SI ( )
NO ( )

3. ¿En el año cuántos Souvenirs obsequia aproximadamente?
1 ( )
2 ó más ( )

4. ¿Cuántas docenas de Souvenirs compra por año?
1 a 2 ( )
3 a 4 ( )
5 ó más ( )

5. ¿En dónde realiza la compra de estos Souvenirs?
Casas comerciales ( )
Floristerías ( )
Bazares ( )

6. Si se implementa una nueva empresa dedicada a la venta de Souvenirs ¿usted adquiriría nuestro producto?
SI ( )
NO ( )

7. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la existencia de esta nueva empresa?
Televisión ( )
Radio ( )
Prensa ( )
Internet ( )

Gracias por su colaboración.

Anexo 2: Demandantes de arreglos florales:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimado señor/a con el compromiso de cumplir con los requerimientos académicos para la elaboración de una tesis de grado, en la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, estoy desarrollando una investigación para lo cual, preciso de su información veraz y confiable.

1. ¿A usted le gusta ser detallista?
   SI ( )
   NO ( )

2. Qué tipos de detalles son los que más obsequia Ud.? (elegir una opción)
   Peluches ( )
   Regalos ( )
   Arreglos florales ( )
   Otros ( )

3. ¿Usted utiliza los servicios de arreglos florales?
   SI ( )
   NO ( )

4. ¿En el año cuántos arreglos florales compra aproximadamente?
   1 a 2 ( )
   3 a 4 ( )
   5 ó más ( )

5. Si se implementa una nueva empresa dedicada a la venta de arreglos florales ¿usted adquiriría nuestro producto?
   SI ( )
   NO ( )

6. ¿Cómo le gustaría la presentación de los arreglos florales?
   Fundas plásticas ( )
   Peceras ( )
   Tallos ( )
   Otros ( )

7. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la existencia de esta nueva empresa?
   Televisión ( )
   Radio ( )
   Prensa ( )
   Internet ( )

Gracias por su colaboración.

Anexo 3: ENCUESTAS APLICADAS A LOS LOCALES DE VENTA DE FLORISTERÍA Y SOUVENIRS DE LA CIUDAD DE LOJA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimado señor/a propietario/a, con el compromiso de cumplir con los requerimientos académicos para la elaboración de una tesis de grado, en la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, estoy desarrollando una investigación para lo cual, preciso de su información veraz y confiable.

1. Su empresa vende flores y Souvenirs?
   SI ( )
   NO ( )

2. ¿Cuál es el precio de los arreglos florales que usted comercializa?
   Arreglos Florales:
   5 a 10 dólares ( )
   11 a 20 dólares ( )
   21 a 25 dólares ( )
   26 a más dólares ( )

3. ¿Cuál es el precio de las docenas de Souvenirs que usted comercializa?
   5 a 10 dólares ( )
   11 a 20 dólares ( )
   21 a más dólares ( )

4. ¿Al ofertar los Arreglos florales y Souvenirs, su empresa otorga algún descuento a los clientes?
   SI ( )
   NO ( )

5. ¿En el mes cuántos arreglos florales y docenas de souvenirs vende?

Arreglos Florares:

15 a 20 ( )
21 a 25 ( )
26 a 30 ( )
31 a 35 ( )
36 a 40 ( )
Más de 41 ( )

Souvenirs:

10 a 20 ( )
21 a 30 ( )
31 a 40 ( )
41 a 50 ( )
Más de 51 ( )

6. ¿A través de qué medio de comunicación da a conocer usted a su negocio?

Televisión ( )
Prensa escrita ( )
Referencias personales ( )
Radio ( )

Gracias por su colaboración.

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TITULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS	38
f. RESULTADOS	45
g. DISCUSIÓN	70
h. CONCLUSIONES	145
i. RECOMENDACIONES	147
j. BIBLIOGRAFÍA	149
k. ANEXOS	151
ÍNDICE	157