



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Modalidad de Estudios a Distancia

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FLORISTERIA CON SERVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE YANZATZA”

Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniera Comercial.

AUTORA:

Milena Estefania Salinas Valarezo

DIRECTOR:

Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.

LOJA - ECUADOR
2016

CERTIFICACIÓN

Ing. Edison Espinosa Bailón,
DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación titulado
"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA FLORISTERIA CON
SERVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE YANZATZA"
elaborado por la postulante **Milena Estefanía Salinas
Valarezo**, previo a la obtención del título de **INGENIERA
COMERCIAL**, ha sido dirigido y revisado durante su
ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Abril de 2016

Atentamente,



Ing. Edison Espinosa Bailón MAE
DIRECTOR DE TESIS

CARTA DE AUTORIZACIÓN O AUTORIA POR PARTE DE LA AUTORA
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Milena Estefanía Salinas Valarezo, declaro ser autora 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: Milena Estefanía Salinas Valarezo

Firma:



Cédula: 1900592393

Fecha: Loja, Abril del 2016


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

Yo, Milena Estefanía Salinas Valarezo, declaro ser autora de la Tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FLORISTERIA CON SERVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE YANZATZA”** como requisito para optar el Grado de: INGENIERA 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 19 días del mes de Abril del dos mil dieciséis firma la autora.

Firma: 
Autor: Milena Estefanía Salinas Valarezo
Cédula: 1900592393
Dirección: Yanzatza, Barrio Norte, Calles: Av. Iván Riofrio y 29 de Enero
Correo Electrónico: misatef@hotmail.com
Celular: 0959939812 / 2300382

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Edison Espinosa Bailón MAE

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE: Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.
VOCAL: Ing. Andrea Paulina Colambo Mg. Sc.
VOCAL: Ing. Galo Salcedo López. Mg. Sc.

DEDICATORIA

El presente proyecto de tesis se lo dedico a mi madre Mercedes Valarezo, mi abuelita Esthela Masache, ,mis tías Esthela y Nuvia Vega, a mis hermanos ya que ellos formaron parte de mi formación personal y académica; y me brindaron su ayuda incondicional para culminar mis estudios; en general a mi esposo Humberto Uday y mi hija Sofía Uday porque son mi inspiración para seguir adelante mi apoyo y mi fortaleza .

Milena Estefanía Salinas Valarezo

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios por bendecirme en cada paso de mis días, de la misma manera quiero dejar constancia de mis más sinceros agradecimientos y gratitud a la Universidad Nacional de Loja, a la Modalidad de Estudios a Distancia, por darme la oportunidad de formarme como profesional y a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, quienes compartieron sus conocimientos de manera oportuna.

De manera especial quiero expresar mi agradecimiento al Ing. Edison Espinosa Director de Tesis, quien supo guiar la presente para culminar con éxito el trabajo de tesis.

Milena Estefanía Salinas Valarezo

a. TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA FLORISTERIA CON SERVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE
YANZATZA”**

b. RESUMEN

El Objetivo General en la presente es la implementación de una floristería con servicio a domicilio la misma que permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Inductivo, el Método Deductivo, el Método analítico sintético, el Método estadístico.

En el estudio de mercado realizado en la ciudad de Yantzaza, con una muestra de 365 del PEA y a 14 establecimientos de venta de flores; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 4.188, una Demanda Real de 4.062, Demanda Efectiva de 84.822 arreglos florales, La Oferta de 36.888 arreglos florales y la Demanda Insatisfecha de 47.934 arreglos florales , el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en la ciudad de Yantzaza para este servicio, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de: 47.934, de los cuales la empresa estará en la Capacidad Instalada de ofrecer 16.896 arreglos florales, pero atenderá a 13.517 arreglos florales lo que representa la Capacidad Utilizada del proyecto, se utilizará

máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un servicio y producto de calidad y a precios moderados.

Se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres. Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos como son el nivel legislativo, nivel asesor, nivel auxiliar y nivel operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización.

Para la implementación de la empresa la inversión necesaria haciende a 43.338,95 dólares, con un capital propio de 23.338,95 dólares y un Crédito bancario de 20.000 dólares. La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 67.583,69 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 49,07 %, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 2 años 11 meses y 7 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 5,4% y disminuidos en un 4,3%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

ABSTRACT.

The general objective in this is the implementation of a flower delivery service it allowed the application of different methods and techniques that allows research, as the inductive method, the deductive method, the synthetic analytical method, statistical method.

In the market study in the city of Yantzaza, with a sample of 387 of the PEA and 14 establecimientos selling flowers; Weighted surveys have been analyzed and the results have been inferred then undertake market analysis, determining the potential demand of 4,188, a real demand for 4,062, 84,822 Effective Demand floral arrangements, the supply of 36,888 floral arrangements and unmet demand of 47,934 floral arrangements, which allowed us to determine that the project can and should be run by the results of the analysis of demand, supply and marketing levels for this product.

The unmet demand reflects the potential that exists in the city of Loja for this service, with the following results market: For the first year of life of the project is unmet demand: 17,914, of which the company will be in installed capacity 16,896 floral arrangements offer, but serve 13,517 flower arrangements representing the Capacity Utilization Project, suitable equipment will be used, which is collateral for a service and product quality and moderate prices.

Project engineering process diagrams determining the characteristics of operation and management, technical requirements such as equipment, facilities, furniture and fixtures develops. Also an administrative study determined as a Limited Liability Company, and the functional organizational structure hierarchical levels such as the legislative level, advisor level, auxiliary level and operational level, as well as operating manuals, charts held; which served as a guideline to implement good organization.

To implement the necessary investment company Hacienda to \$ 43,338.95, with a net worth of \$ 23,338.95 and a bank loan of \$ 20,000. The financial evaluation presents the following results: According to the NPV of this project gives us a positive value of \$ 67,583.69, which indicates that the project or investment is suitable.

For this project, the IRR is 49.07%, this being satisfactory value for the project, the time required to recover the original investment would be four years five months and 7 days, for this project, the sensitivity values are less than one, thus not affecting the project changes in costs and increased revenue decreased by 5,4% and 4,3%, respectively, ie the project is not sensitive to these changes

c. INTRODUCCIÓN

La provincia de Zamora Chinchipe, al igual que otras provincias no se aísla de los problemas económicos por los que atraviesa el Ecuador, esto debido al recorte presupuestario que ha dado.

De ahí que se reduce la inversión al sector económico de la provincia de Zamora Chinchipe, al no existir apoyo gubernamental en la creación de empresa, limitando a los posibles inversionistas al fomento y desarrollo.

No existe personas emprendedoras en la provincia de Zamora Chinchipe que inviertan sus capitales en la creación de microempresas, que permitan crear fuentes de trabajo.

La provincia de Morona Santiago cuenta con una variedad de flores, las mismas que no son aprovechadas para generar empresa como es el caso de la creación de una floristería, esta materia prima es llevada a otras provincias como Pichincha y Guayas que luego de ello envían productos de la materia prima que aprovechan de la provincia de Zamora Chinchipe.

Con estos antecedentes, se considera atractiva la idea de emprender en un proyecto de inversión para la creación de una floristería con servicio a domicilio, ya que en nuestra localidad no existe una empresa que se dedique a esta actividad, conociendo exclusivamente que existen personas que se dedican a la venta de flores en forma informal, lo que motiva a aplicar los conocimientos adquiridos para llevar a efecto la

constitución de una empresa que pueda cumplir a cabalidad con todas las especificaciones que este tipo de producto exige para su consumo.

Por ello se puede realizar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FLORISTERIA CON SERVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE YANTZAZA”**, dirigido a este sector. Que ofrezca servicios y costos accesibles a la ciudadanía. Y que estén diseñados acordes a la demanda y necesidad de los potenciales consumidores, respetando el entorno del sector. Ofertando productos de calidad y con un precio accesible al mercado.

En el literal a se plantea el Tema de la investigación como es la factibilidad para la implementación de una floristería con servicio a domicilio en la ciudad de Yantzaza.

En el literal b se realiza un resumen de toda la tesis, con sus datos específicos, además se realiza el resumen traducido al inglés.

En el literal c se realiza la introducción de acuerdo a la estructura de la realización de la tesis.

En el literal d se propone un marco referencial, en el que se determina lo referente a las floristerías, sus características y estilos; además, se determina el marco conceptual de todos los conceptos relacionados con los proyectos de inversión.

En el literal e se realiza la utilización de los Materiales y Métodos, que se aplicaron en la presente tesis, de ella se desprenden los Métodos y Técnicas que la investigación científica permite aplicar.

En el literal f se determina el comportamiento del mercado tanto para los demandantes como los oferentes de arreglos florales.

En el literal g se realiza los cinco estudios como son, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo, el estudio financiero y la evaluación económica.

En los literales h se plantean las conclusiones del trabajo, y en el literal i en cambio se plantean las recomendaciones en base a las conclusiones planteadas.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

FLORISTERIA

Gráfico N° 1. Modelo de Floristería



Fuente: Cueva, (2012) El mundo Florístico
Elaboración: La Autora

Cueva (2012) considera que la “Florística es la producción, el comercio y el comercio de flores. Abarca cuidado flor y el manejo, diseño floral y arreglos florales, merchandising, y la visualización y la entrega floral. Mayoristas floristas venden flores a granel y suministros relacionados a los profesionales del comercio. Floristerías ofrecen flores frescas y los productos y servicios relacionados con los consumidores.

Floristas puede involucrar el cultivo de flores, así como su disposición, y para el negocio de la venta de ellos. Gran parte de la materia prima suministrada para el comercio de floristería proviene de la industria de la flor cortada. Floristería, junto con las tiendas en línea son los principales

puntos de venta de sólo flores, pero los supermercados, tiendas de jardinería y estaciones de servicio también venden flores.

Diseño floral o artes florales es el arte de la creación de arreglos florales en jarrones, cuencos, cestas u otros recipientes, o hacer ramos de flores y composiciones de flores, follajes, hierbas, pastos ornamentales y otros materiales vegetales. A menudo, los términos "diseño floral" y "floristería" se consideran sinónimos. Floristerías son personas que trabajan con las flores y las plantas, por lo general en el nivel minorista. Floristas difiere de florística, el estudio de la distribución y las relaciones de las especies de plantas sobre las áreas geográficas. Floristas también difiere de la horticultura, que se refiere más ampliamente para el cultivo de flores y plantas por lo que se mantendrán fresco el mayor tiempo posible, y sería deseable para la compra, que también implica el conocimiento de los requisitos y expectativas de los clientes. La capacidad de crear una variedad de diseños florales tales como coronas, ramos, ramilletes, boutonnieres/"ojales", arreglos permanentes y otros arreglos más complicados es también importante.

La educación, tanto formal como informal, es otro segmento importante de la industria de la floristería. Establecido diseñadores florística y artistas imparten su arte a los estudiantes interesados en el diseño floral como hobby o profesión. Los cursos están generalmente disponibles a través de los colegios comunitarios, escuelas de formación profesional post-

secundarias privadas y las asociaciones profesionales de comercio floristería.

El negocio de floristería tiene un mercado importante en el mundo de eventos corporativos y sociales, como las flores juegan un papel importante en la decoración de eventos y reuniones especiales. Centros de mesa, entradas, mesas de recepción, ramos de novia, chuppahs boda y escenografías son sólo algunos ejemplos de cómo se utilizan las flores en el negocio y la configuración de eventos sociales.”

Estilos de floristería

Muchos países tienen su propio estilo de arreglos florales.

Ikebana

Cueva (2012) manifiesta que Ikebana “es un estilo de diseño floral que se originó en Japón. Mejor conocido por su simplicidad de líneas y formas, Ikebana es un estilo de diseño practicado principalmente para enjoyment.it personal tiene tres partes del cielo alineación, el hombre y la tierra.”

Jardín Inglés

Cueva (2012), sobre los Jardín de estilo Inglés manifiesta que “es tradicionalmente una forma de inglés del diseño floral. Los tallos se colocan de manera radial y cuentan con abundante uso de flores de temporada y follajes. Estos diseños se hacen a menudo, como montículos bajos, con pelo insertado o arreglos florero más altos que son todos lados,

e incorporan las flores del jardín como rosas, espuela de caballero y peonías. Muchos floristas que siguen este estilo de diseño no utilizan la respiración del bebé, claveles y de Cuero.”

Alto Estilo

Sobre High floristería Cueva (2012) dice que este “Estilo implica diseños contemporáneos, lineales que resaltan las formas únicas de ambos materiales florales individuales y de los diseños propios. Régimen general, cuentan con espacio negativo e incorporan la colocación asimétrica de materiales. El estilo está en contraste directo a los arreglos radiales tradicionales tales como Jardín Inglés.

Diseños de alto estilo a menudo incorporan flores únicas, exóticas o tropicales tales como tales como ave del paraíso, Anthurium y Protea, pero también pueden emplear las flores más comunes.”

Importancia de las flores particulares

Por lo general, una floristería organizará flores de temporada y vacaciones. Las flores tienen diferentes significados en diferentes culturas. Las fiestas y eventos para los que las flores se usan varían. Las amapolas se utilizan para recordar los soldados caídos sólo en Gran Bretaña y los países de la Commonwealth. El significado cultural de los colores también influye mucho en la elección y el uso de las flores. La gente suele preferir las flores que están asociados con su etnia o país, y varios colores pueden tener un significado especial de la suerte o la

muerte o el amor u otros rasgos humanos básicos. Para algunos, una flor, como una rosa roja podría significar amor, pero para otros puede ser considerado indecente o simplemente desconcertante. Los puntos de vista muy divergentes sobre el color blanco también pueden dar lugar a importantes problemas de flores. Mientras que el blanco representa la muerte en muchas culturas asiáticas, es a la vez un símbolo de la pureza y la inocencia de muchas culturas europeas y americanas. Tales diferencias pueden conducir a problemas difíciles en un ramo de lirios blancos, por ejemplo, se entrega.

Fuentes de flores frescas

Cueva (2012) considera que “Por lo general hay tres fuentes principales de flores frescas para floristerías: los productores locales, mayoristas locales y subastas de flores. La mayoría de éstos son suministrados por hortícolas especializadas y proveedores de flores cortadas.

A nivel internacional, hay cientos de mercados y subastas de flores al por mayor, la más grande de las cuales se encuentran en Aalsmeer, Holanda: la Aalsmeer Bloemenveiling. Otros mercados importantes son la incipiente Centre Dubai Flores y el Mercado de las Flores Ota, en Tokio, Japón.”

En América del Norte, Miami se considera que es el punto de distribución principal para flores frescas importadas. Muchos mayoristas locales de compra de acciones de flores frescas de los importadores en Miami para revenderlos a floristas locales en sus áreas. Distritos por mayor de flores están presentes en muchas ciudades norteamericanas como Nueva York,

Boston y Los Angeles, San Francisco y San Diego, California. Subastas de flores se ejecutan mediante el sistema de reloj holandesa y se encuentran principalmente en Canadá: Toronto, Montreal y Vancouver.

Tiendas Floristas

Cueva (2012) considera que “En general, una floristería contendrá una gran variedad de flores, a veces aparece en la calle, o tendrá una ventana de cristal grande para mostrar las flores. Para mantenerlos frescos, las flores estarán dentro de un refrigerador y se mantiene en el agua, generalmente de vidrio o vasos de plástico u otros recipientes. La mayoría de tiendas tienen una nevera en la parte delantera de la tienda, con grandes puertas de cristal para que los clientes pueden ver fácilmente los contenidos. Algunas tiendas también tienen otro más fresco de los clientes 'vista donde guardan valores y arreglos extra para los clientes' pedidos. La mayoría de tiendas tienen una sección posterior en el que los diseñadores pueden trabajar en los pedidos con más privacidad.”

Las flores que se venden en las floristerías suelen representar las variedades disponibles en abundancia en la temporada, pero también incluyen flores traídos de todo el mundo. Variedades básicas en latitudes templadas incluyen rosas, tulipanes, lirios, orquídeas y lirios. Forse a veces juega un papel en la floristería, lo que se considera la flor que todo el mundo tiene que tener hoy en día puede cambiar muy rápidamente.

Algunas tiendas también cestas de valores de regalo, frutas y chocolates, así como las flores, mientras que algunas tiendas se compran estas cosas

sólo cuando sea necesario para un fin. Floral negocio es estacional y está fuertemente influenciado por las siguientes fiestas y eventos: Navidad, Día de San Valentín, el Día, Madres Profesionales Administrativos Día, Día de los Difuntos, el Adviento, Pascua, bodas y funerales. Estas ocasiones constituyen la parte más importante de la empresa, con la venta de plantas de interior y decoración casera es una parte más pequeña, pero más constante. Flores para el disfrute personal, así como los seleccionados para celebrar cumpleaños, aniversarios, agradecimientos y obtener buenos deseos son también una parte importante del negocio de una floristería.(CUEVA, 2012)

Flores Supermercado

El mismo autor citado anteriormente considera que “Las flores cortadas son ampliamente vendidas en supermercados y estaciones de servicio. Estos puntos de venta ofrecen una selección limitada, por lo general en forma de ramos mixtos y rosas por la docena. Flores comprados en estos puntos de venta son generalmente menos costosas que las flores compradas en una tienda de floristería. Sin embargo, estas flores no están dispuestos por cualquier persona con una formación profesional o los años de entrenamiento en el trabajo que es estándar para los empleados de una tienda de flores profesional.”

MARCO CONCEPTUAL

Empresa

Sapag (2012), afirma que, “desde el punto de vista económico, empresa es la fusión de capitales para crear una organización con fines de lucro, que puede ser de diversa naturaleza jurídica y de diferentes ramos de explotación”.

En efecto, la empresa puede tener carácter individual cuando pertenece a una sola persona, o asumir la forma de una sociedad, por ejemplo, colectiva o anónima o de responsabilidad limitada. Pero además de estos tipos de empresas privadas existen también empresas públicas o del Estado y empresas mixtas, cuyos capitales son de origen privado y gubernamental.

Generalidades

Sapag, (2012) considera que, “las generalidades de la empresa se refieren al aspecto tecnológico de ingeniería, el cual norma los procesos y recurso idóneos para fabricar productos y bienes aprovechables originados por la naturaleza y por la obra del hombre”.

Administración de Empresas.- Sapag (2012), en relación a la Administración de Empresas considera que, “es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos”. Es decir, es la responsabilidad de planear, coordinar, controlar y evaluar en forma eficiente los recursos humanos, materiales y económicos de una organización para de esa manera lograr un fin común.

Mercado

Sapag (2012), considera que es el “área o lugar geográfico donde concurren los demandantes y ofertantes para realizar transacciones de tipo comercial en base a parámetros dados, siendo libre en algunos casos la competencia en lo que tiene que ver con precios, calidad, cantidad y promoción del producto.”

Mercadotecnia

Sapag (2012), considera que la Mercadotecnia “es un sistema integrado de actividades que pretenden lograr que los productos ingresen al mercado en las mejores condiciones, diseñando estrategias respecto a

precios, publicidad y promoción, características del producto o servicios y teniendo en consideración a la competencia directa o indirecta.”

Proyectos de Factibilidad

Definición.

Acosta (2011), manifiesta que, “el proyecto de inversión se puede definir como un conjunto de actividades con objetivos y trayectorias organizadas para la resolución de problemas con recursos limitados.”

También se define como el paquete de inversiones, insumos y actividades diseñadas con el fin de eliminar o reducir varias restricciones del desarrollo, para lograr productos o beneficios en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios.

Así mismo Bolten (2011), al referirse a los proyectos de inversión menciona que es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que

permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

Un proyecto está formado por cuatro estudios principales.

Los componentes de este estudio profundiza la investigación por medio del Estudio de Mercado, Técnico, Organización y Financiero, los cuales son la base por medio del cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión

Estudio del Mercado:

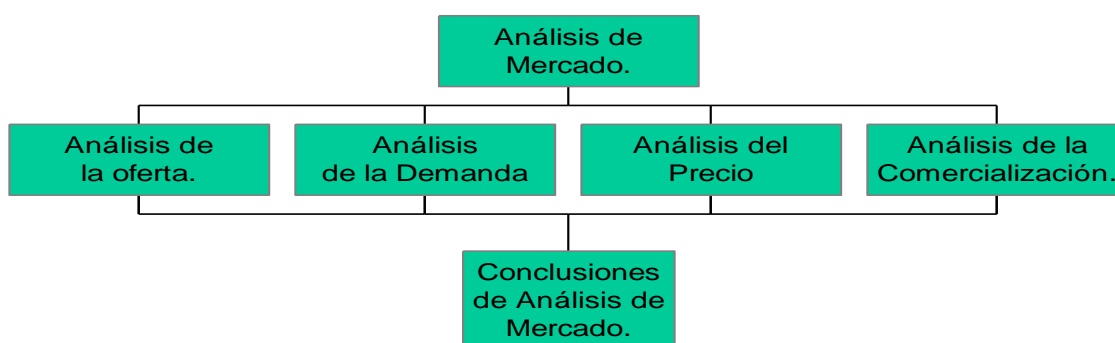
Bolten (2011), considera que, “lo primero es especificar el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su “unidad”: piezas, litros,

kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el “mercado”.

Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda, para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”

Gráfico Nº 2. Estudio De Mercado



Fuente: Bolten, (2011) Administración De Empresas
Elaboración: La Autora

Objetivos

- Bolten (2011), nos cuenta que los objetivos del estudio de mercado, “es estimar las ventas, es decir nos permite conocer adecuadamente las necesidades del mercado en cantidad y calidad.”
- Nos permite ofertar productos tangibles o intangibles a los demandantes en el momento justo y oportuno, de esta manera satisfacer las necesidades los clientes.
- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha a la posibilidad de brindar un mejor servicio de los ya existentes.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios de un producto o un bien nuevo, que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Elaborar el estudio de mercado para conocer el riesgo que se corre de ser o no ser aceptado en el mercado.

Estructura de Análisis. Se reconocen 4 variables fundamentales.

Bolten (2011), asegura que, “la investigación que se realice debe tener las siguientes características:”

- La recopilación de la información debe ser sistematizada.

- La recopilación debe ser objetiva y no tendenciosa.
- Los datos deben ser siempre una información útil.
- La investigación debe servir como base para la toma de decisión.

La investigación de mercados tiene una aplicación muy amplia, por ejemplo, investigación de publicidad, de ventas, precios, diseños, envases, etc. Sin embargo, en los estudios de mercado para un producto nuevo las investigaciones se realizarán sobre productos similares ya existentes para tomarlos como referencia.

Demanda

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que una colectividad está en condiciones de adquirir bajo determinados parámetros, para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

Tipos de Demanda.

- Bolten (2011), considera que, en relación con su oportunidad la demanda se clasifica en:

Demanda insatisfecha (No cubre los requerimientos del mercado).

Demanda Satisfecha (Cubre los requisitos del mercado).

- En relación con su necesidad.

Demanda de bienes sociales y necesarios (Alimentos, vestido, vivienda, etc.).

Demanda de bienes no necesarios (Perfume, ropa y autos finos).

- En relación con su temporalidad.

Demanda continua (Alimentos).

Demanda Cíclica o estacional (regalos y artículos de Navidad, enfriadores de aire, ropa térmica, etc.).

- De acuerdo con su destino.

Demanda de bienes finales (El usuario los adquiere directamente con el productor).

Demanda de bienes intermedios o industriales (Requieren de algún procesamiento para ser bienes de consumo final).

Los precios de bienes relacionados.

Es la cantidad monetaria del precio de un producto, que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar.

- Internacional. Importaciones y Exportaciones.

- Regional Externa. Solo en parte de un continente (Acuerdo de intercambios económicos).
- Regional interno. Solo en parte de un país.
- Local. Solo en una población.
- Nacional. En todo el país.

“En cualquier tipo de producto hay diferentes calidades y precios, sin embargo también está influido por la cantidad que se compre.”

Oferta

Bolten (2011), considera que, “la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar y vender en el mercado a precios y condiciones determinadas.”

Principales tipos de oferta.

- Oferta Competitiva. (Mercado Libre). Ésta se encuentra en libre competencia ya que son artículos iguales y el mercado está en función del precio, calidad y servicio.
- Oferta Oligopólica. Oligos = pocos. Se caracteriza por que el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores y ellos determinan el precio y la oferta.

- **Oferta Monopólica.** Esta se refiere a que solo existe un solo productor de bienes o servicios y por tal motivo domina el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.

Proceso de Comercialización

Baca (2010), aduce que, “la comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.”

Es importante señalar que para la producción del producto se utiliza las 4Ps.

Producto.- Baca (2010), en cuanto se refiere al producto manifiesta que son, “bienes o cosas producidas que resultan del trabajo ejecutado sobre una materia prima y que son ofrecidos a los consumidores.”

Precio.- Baca (2010), en relación al precio considera que, “se determina de la comparación del número de unidades a producir, luego se margina un porcentaje de utilidad según la competencia probado de esta manera el pulso del mercado, el cual ayudará a determinar posibles incrementos o constancias de precios”.

Plaza.- Baca (2010), en lo referente a la plaza manifiesta que, “son los lugares donde se colocará los productos en servicios y que estén al alcance de los posibles clientes.”

Promoción.- Baca (2010), asegura que la promoción, “es una herramienta comercial para empujar el producto hacia el consumidor o cliente.”

El Estudio Técnico.

Baca (2010), considera que, “el objetivo del estudio técnico es diseñar como se producirá aquello que se venderá. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define”:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

Baca (2010), manifiesta que, “es decir, determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considerando los datos proporcionados del estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.”

Materia Prima

Baca (2010), expresa, “que la materia prima son los bienes de gran consumo en el proceso productivo a lo largo del ejercicio económico, contablemente se los considera costos y forman parte del producto final”.

Tamaño

Ettinger (2013), considera que el tamaño, “se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.”

Localización de la Planta

Ettinger (2013), sobre la localización manifiesta que, “es ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para la cual debe analizarse ciertos aspectos que son

fundamentales y constituyen la razón de su ubicación, tanto económica como relacionada con el entorno empresarial y de mercado”.

Micro-localización

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cuál se implementará la empresa dentro de un mercado local.

Macro-localización

Ettinger (2013), nos habla que la macro localización, “tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.”

Capacidad Instalada

Ettinger (2013), dice que, “es aquella que indica cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Ésta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de

tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año, mes, días, turno, hora, etc.”.

Capacidad Utilizada

Ettinger (2013), en lo referente a la capacidad utilizada considera que, “constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.”

Ingeniería del Proyecto

Ettinger (2013), manifiesta que la ingeniería del proyecto, “tiene como función acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. Está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.”

Infraestructura del Proyecto.- Se relaciona con la parte física de la empresa, se determina las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.

Distribución en Planta

Ettinger (2013), considera que la distribución de la planta “es la distribución del área física así como de la maquinaria y equipo que debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.”

Flujo grama de procesos

Ettinger (2013), manifiesta que el flujo grama de procesos “constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los Flujo-gramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo será criterio del proyectista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujo grama debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.”

Estudio Organizacional

Ettinger (2013), aduce que, “es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización de los recursos mediante la organización de jerarquías, disposición y coordinación de actividades con el fin de poder viabilizar los beneficios del grupo social.

Como es de conocimiento en todo grupo social la organización es lo primordial para la utilización en forma racional de los recursos. En el caso de nuestra organización este concepto no se ha quedado atrás y por el contrario nos da mayor relevancia como estará organizada la empresa.”

Organización Administrativa

Ettinger (2013), considera que, “para obtener una buena formación administrativa se debe empezar principalmente con la misión y visión de la empresa y llevar a la práctica los objetivos y metas de la planeación administrativa, a través de la cuantificación y determinación de actividades que deben desarrollarse mediante el estudio, diseño y aprobación de la estructura adecuada para su deficiente funcionamiento.

Por tal razón, la empresa objeto del proyecto estará constituida por un sistema de funciones jerárquicas enlazadas entre sí y orientada a producir bienes.”

Organización Jurídica

Ettinger (2013), sostiene que, “de acuerdo al régimen jurídico la constitución legal de una empresa puede ser: sociedad anónima, sociedad anónima de capital variable, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad cooperativa, sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple y sociedad en comandita por acciones.”

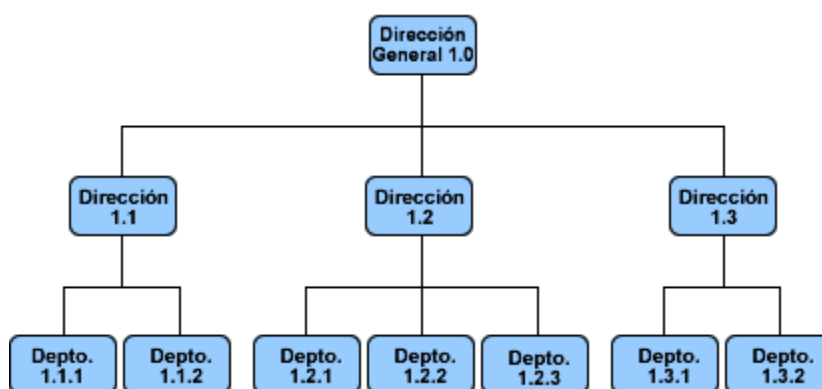
Organigramas

Ettinger (2013) considera que los organigramas, “son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización que muestra las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos las obligaciones y la autoridad existente dentro de ella.”

Los organigramas permitirán ver con facilidad los diferentes niveles jerárquicos y los departamentos que contendrá la empresa. Éstos brindarán un papel importante para demostrar el contexto de la empresa.

Organigrama Estructural.- Representa en sí la estructura jerárquica de los niveles de la empresa, así el nivel directivo, ejecutivo, asesor, operativo, financiero, los cuales tienen una secuencia de trabajo y autoridad descendente.

Gráfico Nº 3 Ejemplo Organigrama Estructural



Fuente: Enrique (2010) Organización de Empresas
Elaboración: La Autora

Organigrama Funcional.- Enrique (2010), considera que el organigrama funcional, “representa una organización administrativa elaborada según las funciones que tiene cada integrante, es así que cada nivel jerárquico tendría que cumplir objetivos diferentes, pero a la vez todos trabajan por metas comunes, este tipo de organigrama se lo usa principalmente para representarlos en áreas de producción, en donde se distingue el personal por sus funciones, experiencia y profesionalización.”

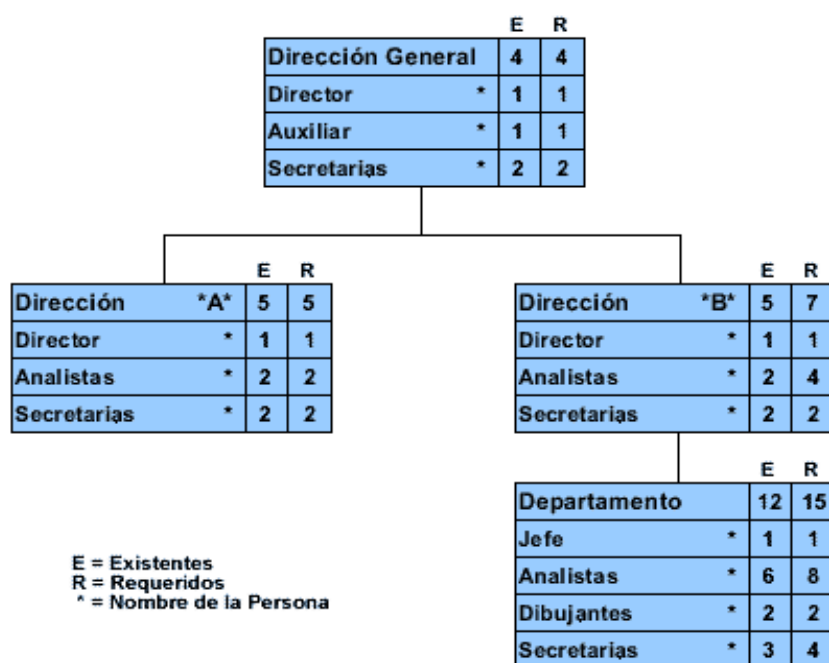
Gráfico Nº 4 Ejemplo De Organigrama Funcional



Fuente: Enrique (2010) Organización De Empresas
 Elaboración: La Autora

Organigrama Posicional.- Enrique (2010) considera que el organigrama posicional, “sistematiza funciones, pero con la característica de que al exponerlo consta los nombres y apellidos de las personas que ocupan los cargos de la empresa, según su orden jerárquico y aunque no es muy recomendable también el sueldo anual o mensual que se percibe, este tipo de organigrama interesa más a los directivos de la empresa ya que de él podrían obtener información para futuras reingenierías de procesos administrativos y productivos.”

Gráfico N° 5 Ejemplo De Organigrama Posicional



Fuente: Enrique (2010) Organización De Empresas
Elaboración: La Autora

Manual de Funciones

Enrique (2010), en relación al manual de funciones considera que, “constituyen una de las herramientas con que cuentan las organizaciones para facilitar el desarrollo de sus funciones administrativas y operativas.” Son fundamentalmente, un instrumento de comunicación.

Si bien existen diferentes tipos de manuales, que satisfacen distintos tipos de necesidades, puede clasificarse a los manuales como un cuerpo sistemático que contiene la descripción de las actividades que deben ser

desarrolladas por los miembros de una organización y los procedimientos a través de los cuales esas actividades son cumplidas.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (ubicación Interna)
- Dependencia Jerárquica (relaciones de Autoridad)
- Naturaleza de trabajo
- Tares principales, tareas secundarias, responsabilidades.
- Requerimiento del puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo, ésta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.

Formato para el Manual de Funciones

Departamento: Administración General

Título del Puesto: Gerente

Superior Inmediato: Directorio

Subalternos: Todo el personal

Naturaleza del Trabajo:

Operativizar el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial. Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo.

Funciones Principales:

Se incluye en detalle las funciones que debe desempeñar normalmente dentro de su puesto de trabajo, se refiere a las actividades que debe cumplir diariamente y en las cuales se basa su nivel de gestión empresarial.

Funciones Secundarias:

Enrique (2010), manifiesta que, “se refiere a aquellas actividades que debe cumplir ocasionalmente en determinados espacios de tiempo y son resultantes de las funciones principales como por ejemplo presentar informes a los directivos de la empresa, lo cual no puede ni debe hacerse diariamente.”

Requisitos:

Educación, Experiencia, Edad, entre otras.

Estudio Financiero

Enrique (2010), expresa que, “son declaraciones informativas de la situación económica, financiera que tiene la empresa. Por lo tanto, en esta fase se agrupa los instrumentos financieros que nos ayudarán a determinar la rentabilidad de la gestión empresarial realizada”.

Inversión

Enrique (2010) en lo referente a la inversión manifiesta que este incluye desde la inversión del proyecto construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de ventas, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos. Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costos, si el estudio se hace en nivel de pre factibilidad, la información obtenida debe perfeccionarse mediante la realización de estudios complementarios de ingeniería que permitan una operación exacta de las necesidades de recursos financieros en las inversiones del proyecto.

Presupuestos

Baca (2010), considera que el presupuesto “es un pronóstico del futuro período de planificación, se base en estimaciones y no podrá superar la capacidad de quien llevará a cabo dichas estimaciones. Mediante el presupuesto estimaremos todos los ingresos o egresos que serán

necesarios estimar, realizar o recibir para operar dentro del proceso productivo.”

Flujo De Caja

Baca (2010), considera que el flujo de caja, “es un resumen detallado de los ingresos de la empresa ya sea por capital propio, crédito, ventas y los egresos o presupuestos de operación anuales lo cual mediante la resta de las depreciaciones, amortizaciones, nos da como resultado el flujo de efectivo que tendría la organización cada cierto periodo.”

Estado De Pérdidas y Ganancias

Baca (2010), sobre el estado de pérdidas y ganancias manifiesta que, “es el segundo de los estados financieros principalmente, básicos o sintéticos y muestra el total de ingresos o egresos de los productos y gastos y su diferencia que es el resultado obtenido en determinado período, pudiendo ser positivo cuando represente utilidad y negativo cuando haya sufrido pérdidas.”

Balance General

Baca (2010), considera que el balance general, “es un estado conciso o sintético formulado con datos de los libros de contabilidad, llevados por

partida doble, en el cual; se consignan un lado todos los recursos y del otro lado todas las obligaciones de la empresa en una fecha.”

Depreciación

Baca (2010), asegura que la depreciación “significa la pérdida de valor como activo que tienen los edificios, vehículos, maquinaria y más activos fijos, el valor depreciable es anual y es calculado en según el activo y su tiempo de durabilidad y uso, el activo que no sufre depreciación es el terreno.”

Utilidad

Baca (2010), expresa que la utilidad es un “margen o incremento sobre el costo unitario del bien o servicio, el mismo que es planificado según se cubran los costos y los precios que tenga la competencia.”

La aplicaremos para indicar la ganancia obtenida después de cubrir todos los gastos que han sido necesarios realizar.

Evaluación Financiera

Punto de Equilibrio Se define como aquel volumen de actividad de la empresa donde el monto total de sus ingresos será exactamente iguales a los gastos de estos, es decir, no existe ni utilidad ni pérdida.

Se lo aplicará matemáticamente y se lo representará gráficamente.

Gráfico N° 6 Ejemplo De Punto De Equilibrio



Fuente: Baca (2010) Evaluación De Proyectos
Elaboración: La Autora

- a. En Función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

- b. En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

Valor Actual Neto (VAN)

Es aquel que permite atraer el valor futuro al valor actual a través de un factor de actualización. Además si el VAN es positivo el proyecto es conveniente financieramente, caso contrario el proyecto no conviene.

Se lo obtiene así:

VAN= E del (flujo neto de caja) x fact. De actualización.

Servirá para demostrar a los inversionistas si el proyecto conviene o no ponerlo en ejecución.

$$\text{Fórmula: } FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

González (2011), en lo referente a la Tasa Interna de Retorno manifiesta que “es la tasa de descuento que hace que el valor presente proporciones entradas en efectivo iguales a la inversión neta seleccionadas con el proyecto.

Ayudará que si el proyecto tiene una tasa mayor que la de la banca, el proyecto es conveniente financieramente.”

Su fórmula es:

$$\text{TIR} = TM + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

Relación Beneficio Costo (RCB)

“El indicador financiero beneficio-costos, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:” (Baca, 2010)

$B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto.

$B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto.

$B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto.

Su fórmula es:

$$C/B = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

Análisis de Sensibilidad

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto.

Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto.” (Baca, 2010).

Se lo obtendrá mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$As = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nuevas tasa de Retorno}}$$

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VANT_m}{VANT_m - VANTM} \right)$$

b. Se encuentra la Tasa interna de Retorno resultante.

$$TIR. R = TIR. O - N.TIR$$

c. Se calcula el porcentaje de variación.

$$\% V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Computadora.

Impresora

Calculadora

Bolígrafos

Resaltador

Papel bond

Tinta a color negro.

Flash memory.

MÉTODOS

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizarán algunos métodos, que se describen a continuación:

MÉTODO DEDUCTIVO.- Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación. El proceso que sigue este método es sintético-analítico, que se basa en la presentación de conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales, de las cuales se extrae conclusiones particulares. Se utilizó

este método en el muestreo estadístico, en el que para obtener datos se aplicó encuestas a una muestra representativa del universo, determinándose hechos importantes en el fenómeno investigado.

MÉTODO INDUCTIVO.- El cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegó a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto. Se utilizó este método que consiste en analizar ciertos fenómenos para luego establecer relaciones del hecho con la investigación y obtener conclusiones. La aplicación de este método se basó en la observación, es decir ver y escuchar hechos y fenómenos relacionados con la investigación, a fin de obtener información objetiva, que en el presente caso se utilizó en el estudio de mercado y estudio técnico.

MÉTODO DESCRIPTIVO.- La investigación descriptiva se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares. Los estudios descriptivos raramente involucran experimentación, ya que están más preocupados con los fenómenos que ocurren naturalmente que con la observación de situaciones controladas. Se utilizó en la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos o fenómenos que se encontraron en la

obtención de datos e información que fueron aplicados en la construcción de las fases del proyecto. La investigación es de tipo descriptivo, en vista que se presentan los hechos tal como ocurren en la realidad. Por otra parte, también la investigación entra en un estudio de predicción, en razón de realizarse proyecciones de algunas variables como la demanda, precios, ingresos, costos, utilidades, etc.

MÉTODO ANALÍTICO.- Implica la síntesis, esto es, unión de elementos para formar un todo.

El juicio analítico implica la descomposición del fenómeno, en sus partes constitutivas. Es una operación mental por la que se divide la representación totalizadora de un fenómeno en sus partes.

El método sintético se lo utilizó en la presente cuando utilizamos las ciencias administrativas ya que mediante ésta se extrajo las leyes generalizadoras de la floristería con servicio a domicilio.

TÉCNICAS

Observación Directa: es la percepción ordenada, consciente y sistemática que ayudó a determinar la competencia existente en el mercado.

Encuesta: es la técnica que a través de un cuestionario adecuado permitió recolectar datos tanto de la demanda como de la oferta, en la

cual se aplicaron encuesta para los demandantes y para los oferentes o comercializadores de flores y floristerías.

A continuación se procedió a realizar la elaboración del formulario para aplicar la encuesta a los potenciales clientes de flores, luego se procedió al análisis e interpretación de los datos recolectados con el fin de obtener los elementos de juicio necesarios y técnicas del proyecto.

Con los datos que se pudo efectuar los cálculos necesarios para determinar el monto de las inversiones. La manera de financiar las operaciones. Así como la elaboración de los estados financieros y la evaluación del proyecto donde se demostrará su factibilidad.

Parte de la información secundaria que se necesitara para el análisis, se la encontrará en el INEC, censo del año 2010 de la población económicamente activa de la ciudad de Yantzaza.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El área de influencia comprende la población económicamente activa de la ciudad de Yantzaza que según el INEC en el año 2010 es de 3.754 habitantes, con una tasa de crecimiento del 2,21%.

Fórmula de proyección

$$Pf = Pa (1+i)^n$$

Pf= Población futura

Pa= Población actual

i= Tasa de crecimiento

1= Valor nominal

n= Números de años

$$= 3.754 (1+0.0221)^5$$

= 4.188 PEA de la ciudad de Yantzaza

Para el presente trabajo de investigación se aplicará el 95% de confiabilidad, lo que produce un 5% de error. Para determinar el tamaño de la muestra aplicaremos la siguiente fórmula:

FÓRMULA:

$$n = \frac{N}{1 + P (e)^2}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población

$$n = \frac{4.188}{1 + (0.05)^2(4.188)}$$

n = 365 encuestas aplicar al PEA de la ciudad de Yantzaza

CUADRO N° 1
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Parroquias	Población en estudio	Encuestas	PORCENTAJE %
Chicaña	1.147	100	27
Los encuentros	1.024	89	24
Yantzaza	2.017	176	48
TOTAL	4.188	365	100

FUENTE: INEC año 2010

ELABORACIÓN: LA AUTORA

f. RESULTADOS

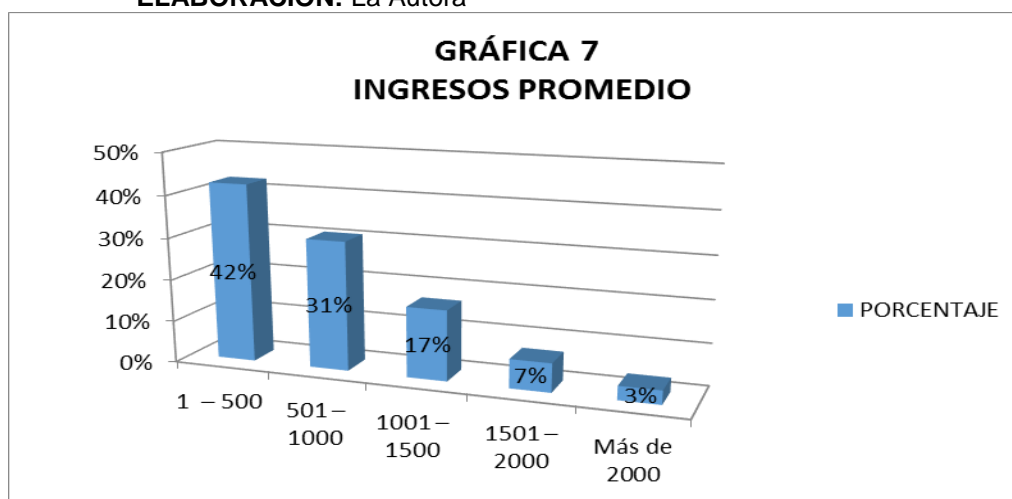
COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.

Pregunta N° 1.- ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

CUADRO N° 2
INGRESOS PROMEDIO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 500	155	42%
501 –1000	112	31%
1001 – 1500	61	17%
1501 – 2000	25	7%
Más de 2000	12	3%
TOTAL	365	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza
ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

En el siguiente cuadro se pudo determinar que el 42% de los encuestados tienen unos ingresos entre \$1 a \$500 dólares, el 31% entre \$501 a \$1000 dólares, el 17% entre \$1001 a \$1500 dólares, \$1501 a \$2000; y, el 3% más de \$2000 dólares. Por lo cual podemos inferir que existe un promedio entre \$500 a \$1000 dólares.

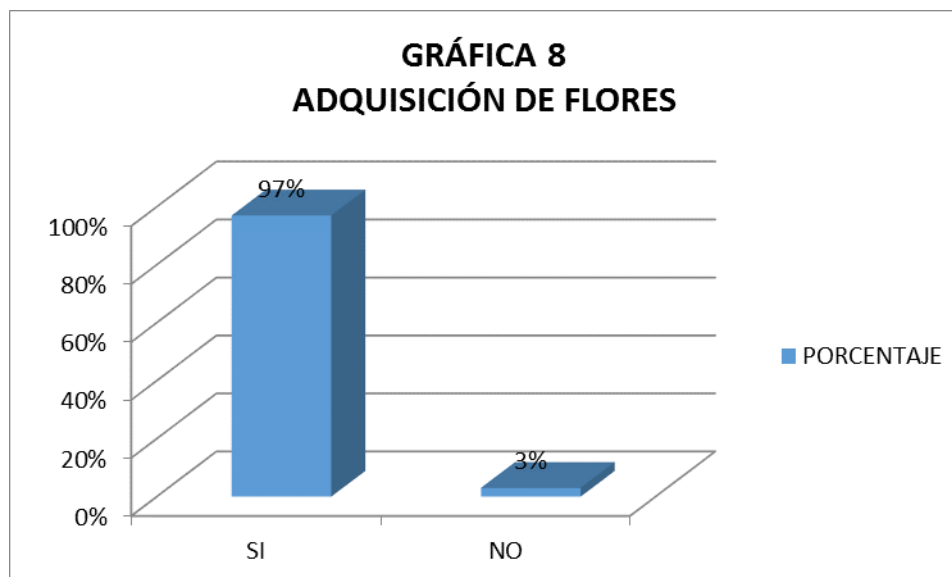
Pregunta N° 2.- ¿Usted compra flores?

**CUADRO N° 3
ADQUISICIÓN DE FLORES**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	354	97%
NO	11	3%
TOTAL	365	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

En la ciudad de Yantzaza existe un 97% de la población que compran flores, mientras que el 3% de los encuestados no compran flores, debido a diferentes razones como: gustos y preferencias. Por lo cual podemos inferir que existe una gran demanda de este tipo de productos.

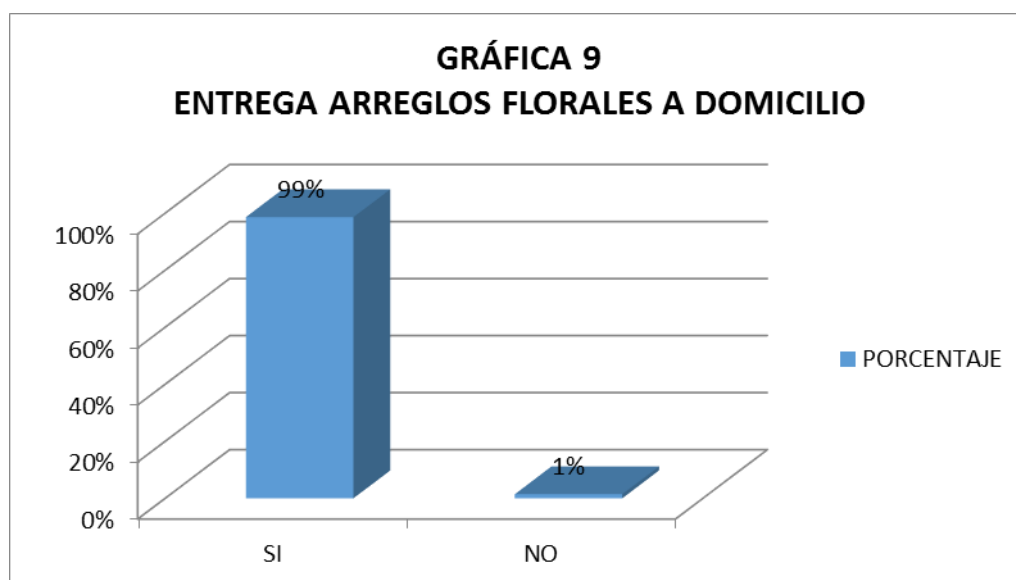
Pregunta N° 3.- ¿Le gustaría que se le entregue los arreglos florales a domicilio?

**CUADRO N° 4
ENTREGA DE ARREGLOS FLORALES A DOMICILIO**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	349	99%
NO	5	1%
TOTAL	354	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

El 99% de los encuestados les gustaría que se les entregue los arreglos florales a domicilio; y, el 1% no le gustaría que se le entregue los arreglos florales a domicilio, esto determina que hay una buena aceptación para que se entregue a domicilio el producto.

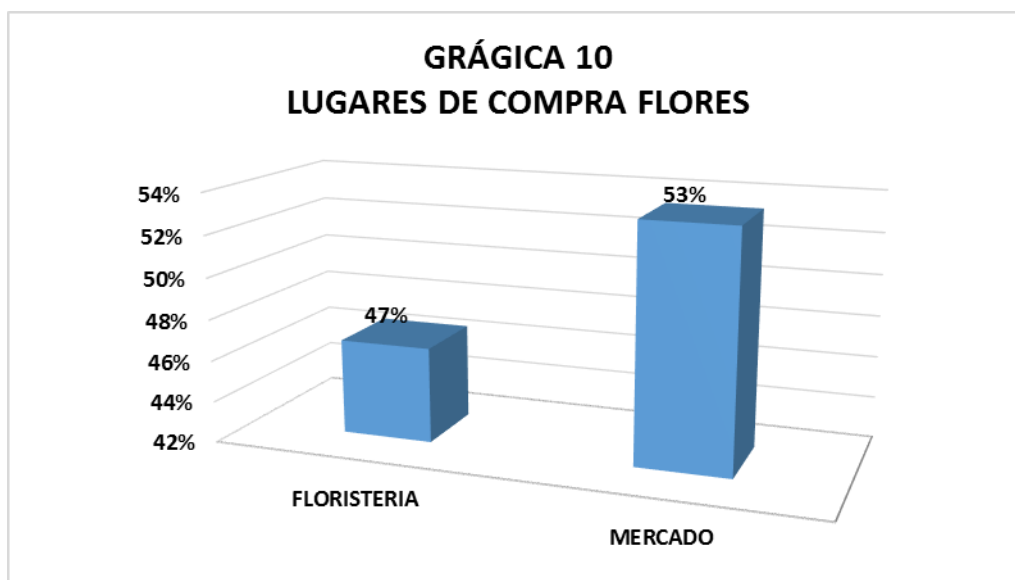
Pregunta N° 4.- ¿Si compra flores, dónde regularmente adquiere el producto?

**CUADRO N° 5
LUGARES DE COMPRA DE FLORES**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FLORISTERIA	165	47%
MERCADO	189	53%
TOTAL	354	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar en el cuadro N° 5, el 53% de los encuestados compran flores en los puestos del mercado que venden flores, el 47% compran en las floristerías, todo esto determina que los lugares de mayor compra de flores son los puestos del mercado donde venden flores.

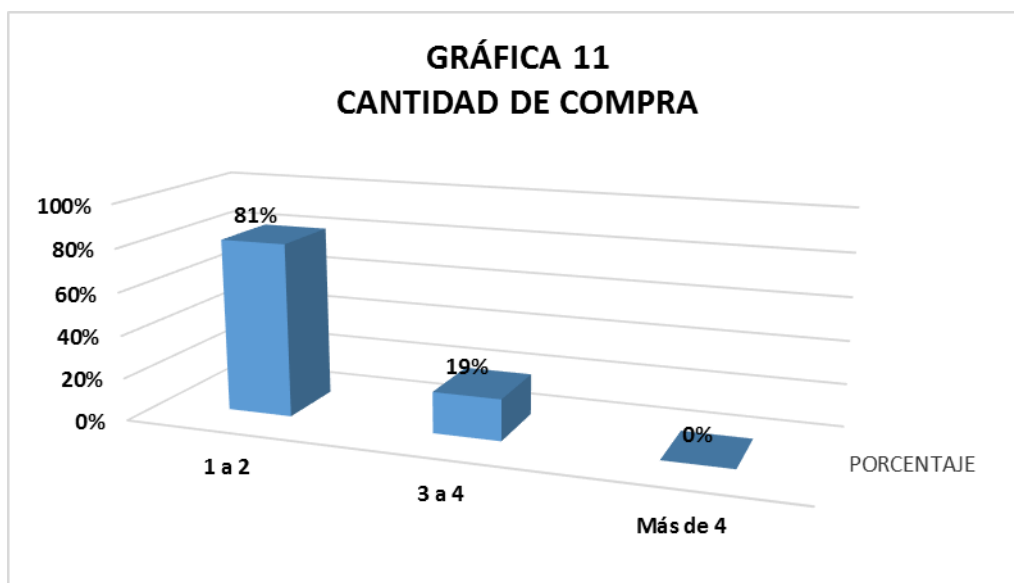
Pregunta N° 5.- ¿Cuántos arreglos florales, compra mensualmente?

**CUADRO N° 6
CANTIDAD DE COMPRA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2	286	81%
3 a 4	68	19%
Más de 4	0	0%
TOTAL	354	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

En cuanto se refiere a las cantidad de arreglos florales que compran, el 81% compran entre 1 a 2 arreglos, el 19% compran de 3 a 4 arreglos florales, esto permitirá determinar el consumo per cápita.

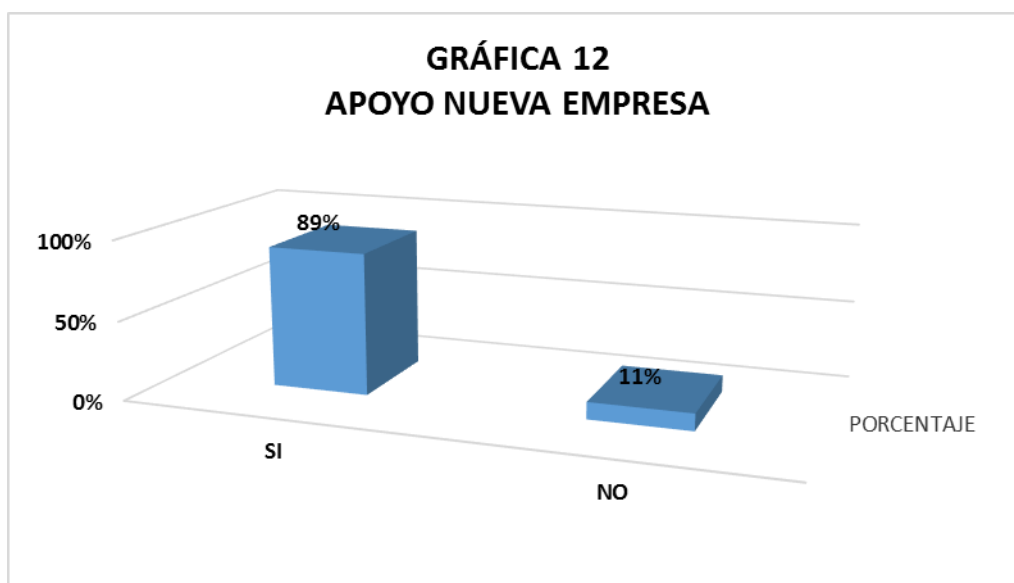
Pregunta N° 6.- ¿Si en el cantón Yantzaza se implementara una floristería con servicio de entrega a domicilio estaría dispuesto hacer uso del servicio?

**CUADRO N° 7
APOYO NUEVA EMPRESA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	316	89%
NO	38	11%
TOTAL	354	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar el 89% de los encuestados si se implementara una floristería con entrega a domicilio si comprarían el producto; mientras, que el 11% no comprarían ya que prefieren comprar en su empresa de preferencia.

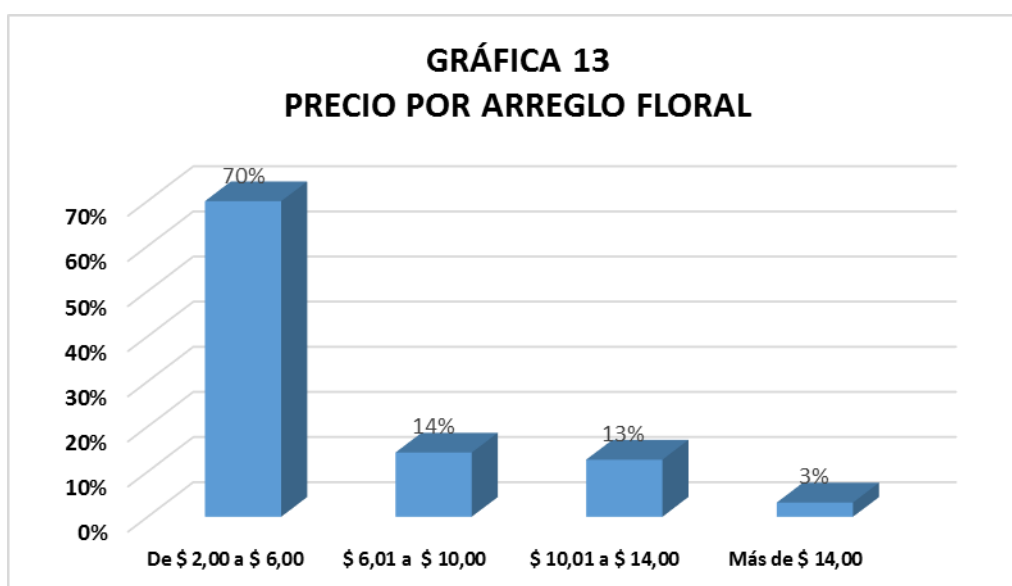
Pregunta N° 7.- ¿Cuál es el precio que pagaría por cada arreglo floral con servicio de entrega a domicilio?

**CUADRO N° 8
PRECIO POR ARREGLO FLORAL**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$ 2,00 a \$ 6,00	221	70%
\$ 6,01 a \$ 10,00	45	14%
\$ 10,01 a \$ 14,00	40	13%
Más de \$ 14,00	10	3%
TOTAL	316	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Se les preguntó cuánto invierten por la compra de un arreglo floral, el 70% pagan entre \$2 a \$6 dólares por cada arreglo, el 14% pagan entre \$6,01 a \$10,00 dólares, el 13% pagan entre \$10,01 a \$14,00 dólares; y, el 3% pagan más de \$14,00 dólares.

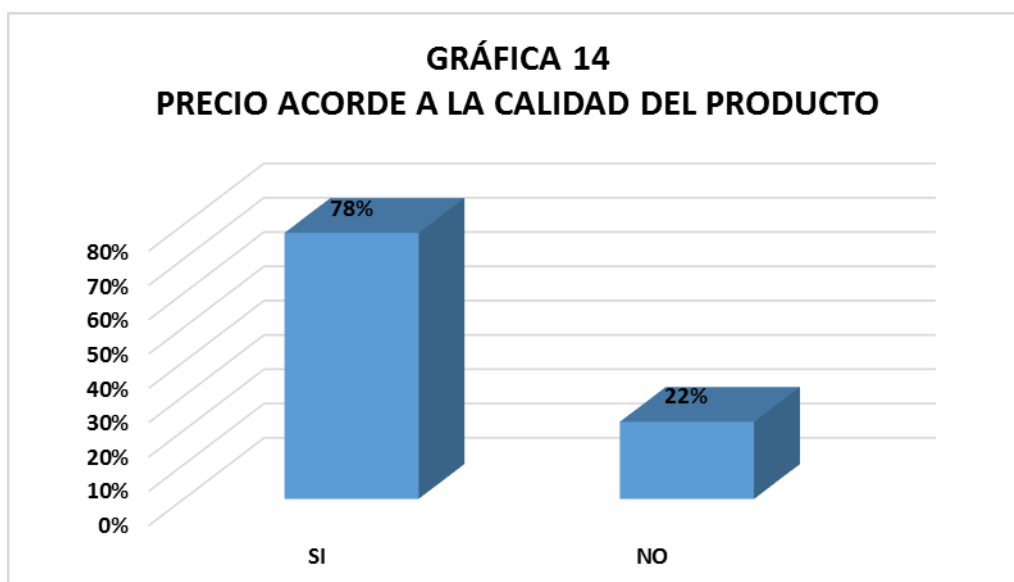
Pregunta N° 8.- ¿El precio está acorde a la calidad del producto que venden en el mercado?

**CUADRO N° 9
PRECIO ACORDE A LA CALIDAD**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	245	78%
NO	71	22%
TOTAL	316	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

El 78% de los encuestados manifiestan que el precio está acorde a la calidad del producto; mientras, que el 22% manifiestan que no está el precio acorde a la calidad de los mismos, esto determina que existe una buena calidad de los arreglos florales.

Pregunta N° 9.- ¿Que toma en cuenta para adquirir los arreglos florales?

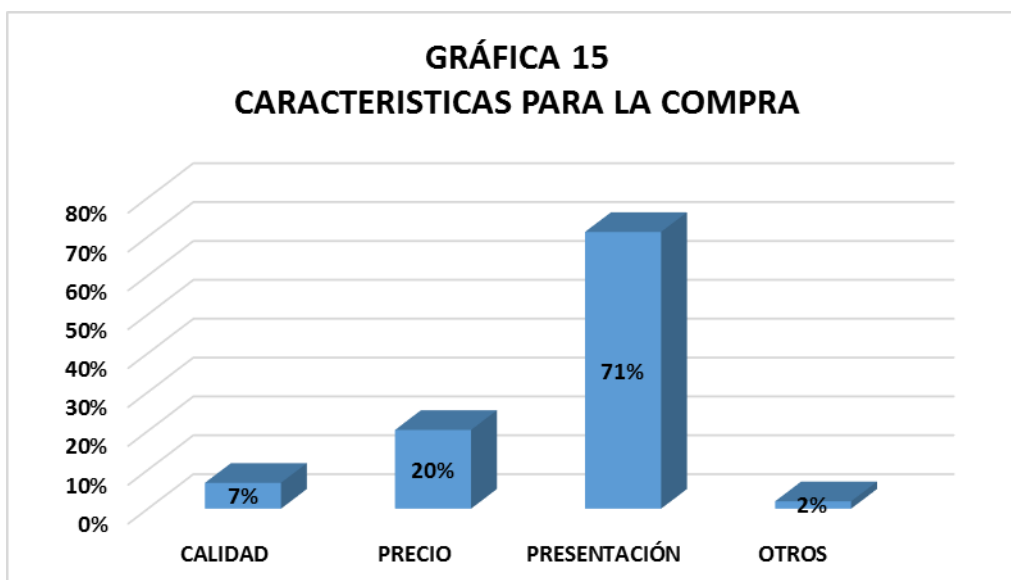
**CUADRO N° 10
CARACTERISTICAS PARA LA COMPRA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	21	7%
PRECIO	64	20%
PRESENTACIÓN	225	71%
OTROS	6	2%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora

**GRÁFICA 15
CARACTERISTICAS PARA LA COMPRA**



INTERPRETACIÓN:

Los encuestados en relación a las características que toma en cuenta al momento de comprar arreglos florales, el 71% manifiesta la presentación, el 20% el precio, el 7% la calidad de las flores; y, el 2% otras características como color, servicio, etc.

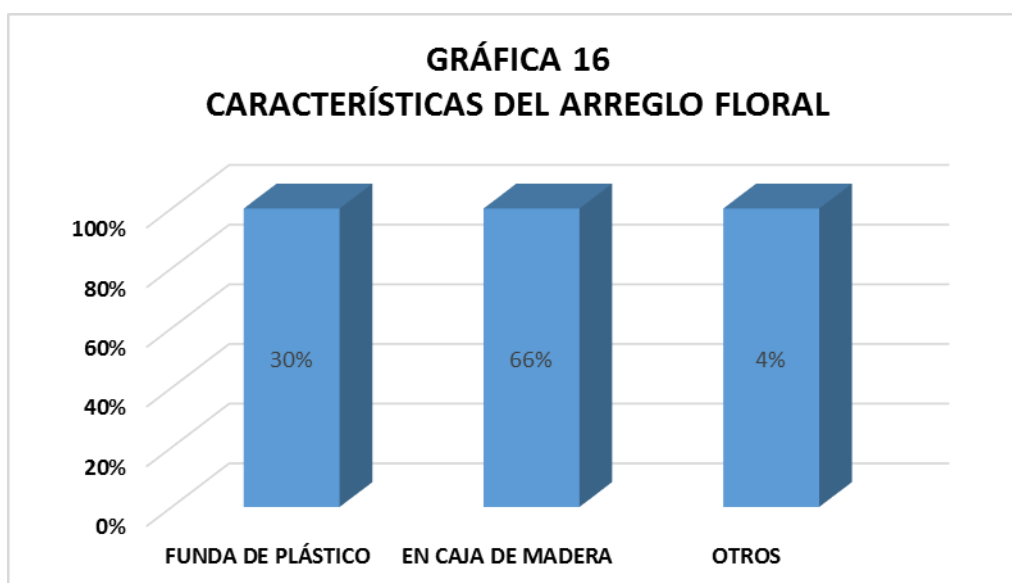
Pregunta N° 10.- ¿En qué presentación le gustaría que fuera el arreglo floral?

**CUADRO N° 11
CARACTERÍSTICAS DEL ARREGLO FLORAL**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FUNDA DE PLÁSTICO	94	30%
EN CAJA DE MADERA	210	66%
OTROS	12	4%
TOTAL	316	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Cuando se les preguntó cuál sería la opción más adecuada para ofertar los arreglos florales, el 66% de ellos cree que en cajas de madera; y, el 30% en fundas de plástico adornadas, esto da la pauta para realizar un adecuado arreglo floral.

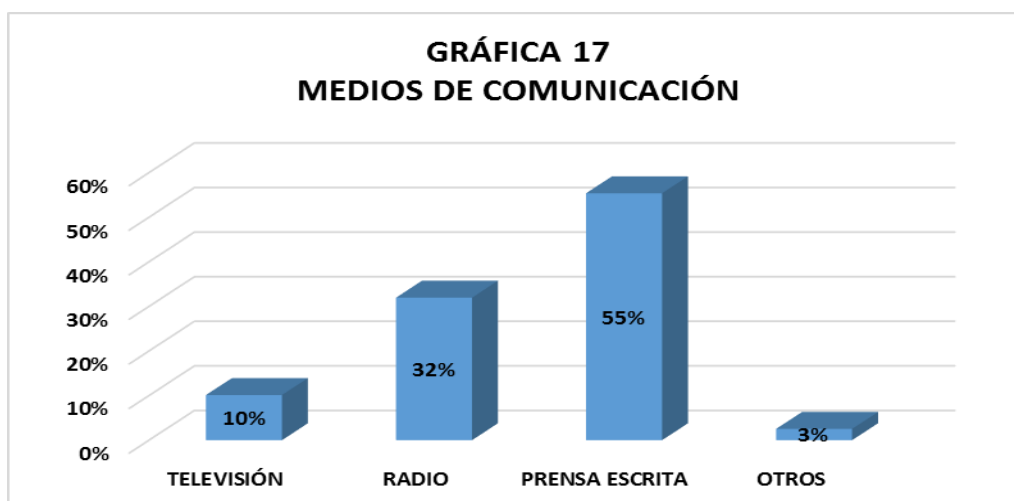
Pregunta N° 11.- ¿Cuál de los siguientes medios de publicidad usted utiliza con mayor frecuencia para informarse?

**CUADRO N° 12
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	32	10%
RADIO	101	32%
PRENSA ESCRITA	175	55%
OTROS	8	3%
TOTAL	316	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Para poder determinar cuál medio de comunicación sería el más adecuado para la instalación de la nueva empresa, el 55% manifestó que prefieren la prensa escrita como es el periódico, el 32% prefieren la radio; y, el 10% prefieren la televisión como medio de comunicación para dar a conocer la nueva empresa.

Pregunta N° 12.- ¿Cuáles de las siguientes promociones le gustaría recibir cuando compre en la floristería?

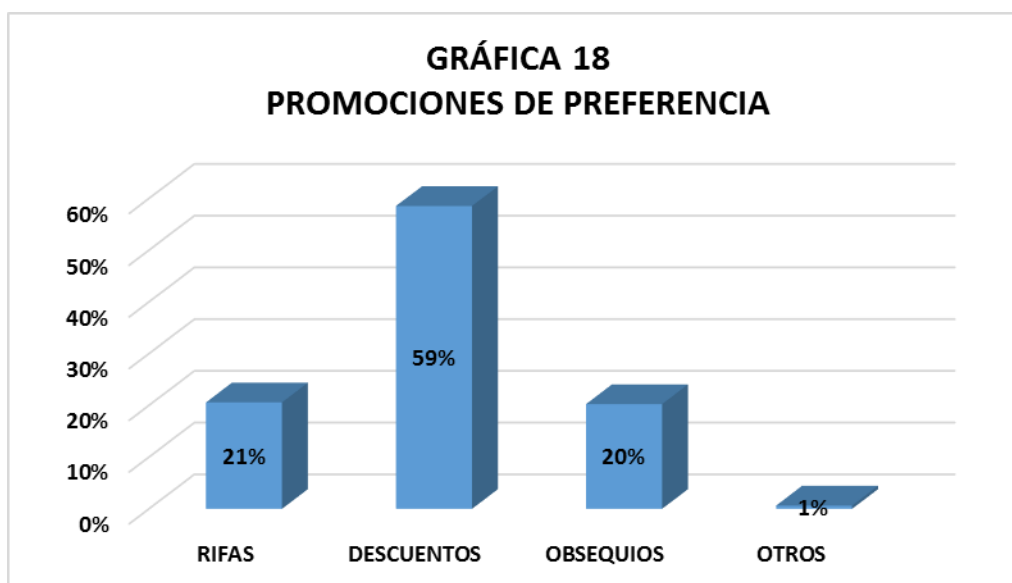
**CUADRO N° 13
PROMOCIONES DE PREFERENCIA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RIFAS	65	21%
DESCUENTOS	185	59%
OBSEQUIOS	64	20%
OTROS	2	1%
TOTAL	316	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora

**GRÁFICA 18
PROMOCIONES DE PREFERENCIA**



INTERPRETACIÓN:

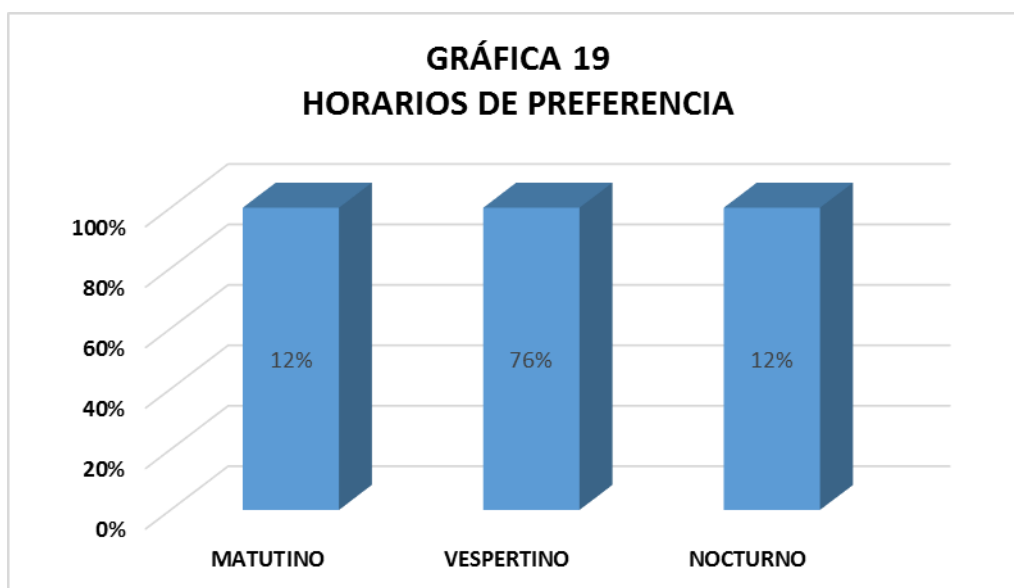
Para poder determinar cuáles son las promociones de preferencia, el 59% manifestó que prefieren que se les ofrezca descuentos, el 21% prefieren rifas; y, el 20 prefieren obsequios, esto es relativo ya que en una floristería casi no se dan promociones.

Pregunta N° 13.- ¿Qué horarios acostumbra usted a ver los medios de comunicación?

**CUADRO N° 14
HORARIOS DE PREFERENCIA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MATUTINO	32	12%
VESPERTINO	252	76%
NOCTURNO	32	12%
TOTAL	316	100,00%

FUENTE: Encuesta PEA ciudad de Yantzaza
ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Cómo se puede determinar el 76% de los encuestados prefieren que la empresa de a conocer sus servicios en el horario vespertino, ya que es la hora más adecuada para ellos, mientras que el 12% en el horario matutino y nocturno respectivamente.

ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES

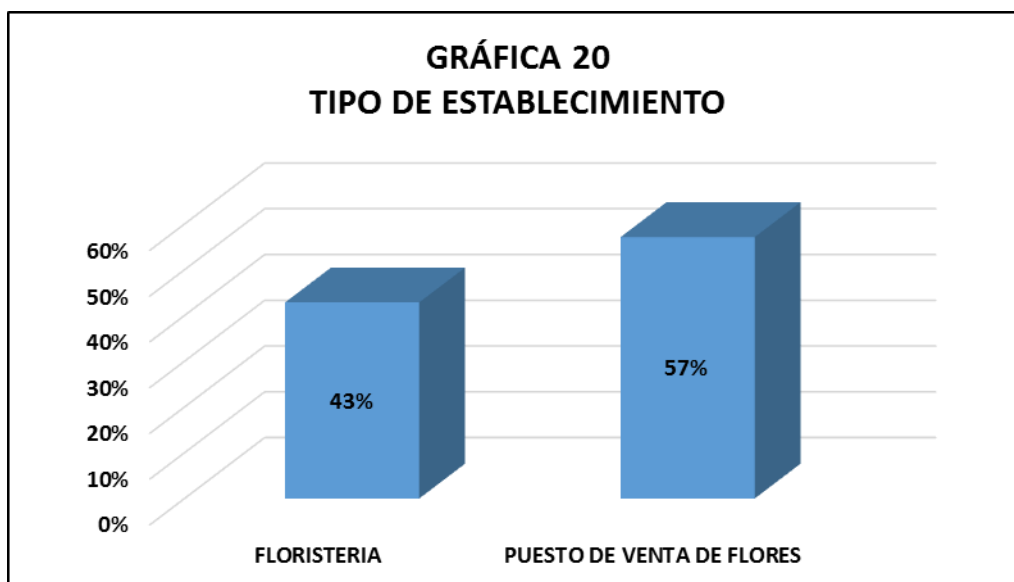
Pregunta N° 1.- ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?

CUADRO N° 15
TIPO DE ESTABLECIMIENTO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FLORISTERIA	6	43%
PUESTO DE VENTA DE FLORES	8	57%
TOTAL	14	100,00%

FUENTE: Oferentes ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar la mayoría de encuestas fueron realizadas a los puestos de ventas de flores, en lo que se determina que es el 57%, el 43% comprenden a las floristerías de la localidad que son en un número de 6 que serán la competencia.

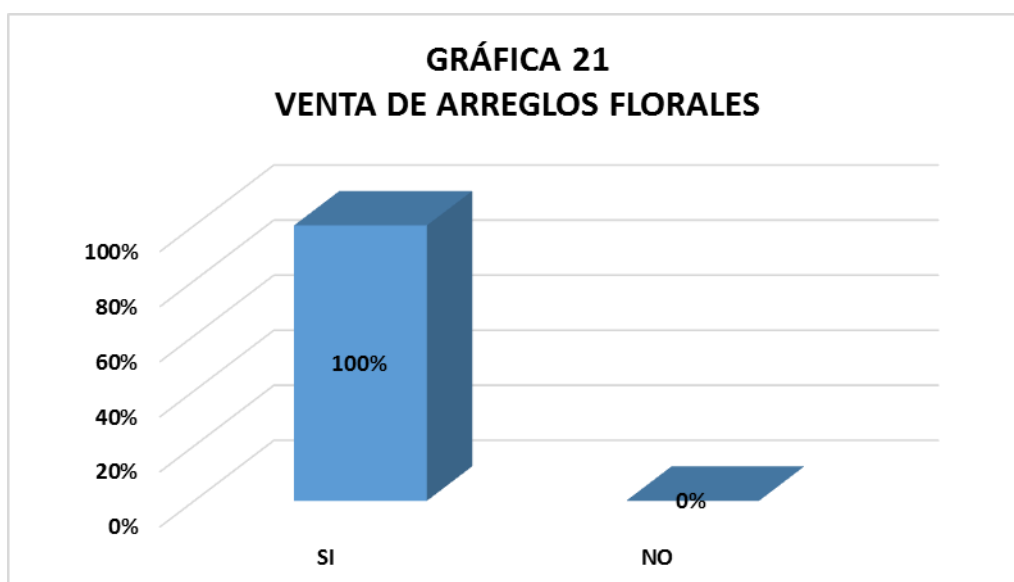
Pregunta N° 2.- ¿Vende en su negocio arreglos florales?

**CUADRO N° 16
VENTA DE ARREGLOS FLORALES**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	100%
NO	0	0%
TOTAL	14	100,00%

FUENTE: Oferentes ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar el 100% de los encuestados venden arreglos florales en sus empresas, esto determina que existe una gran competencia que afrontar y que puede ayudar a mejorar el servicio de la empresa propuesta.

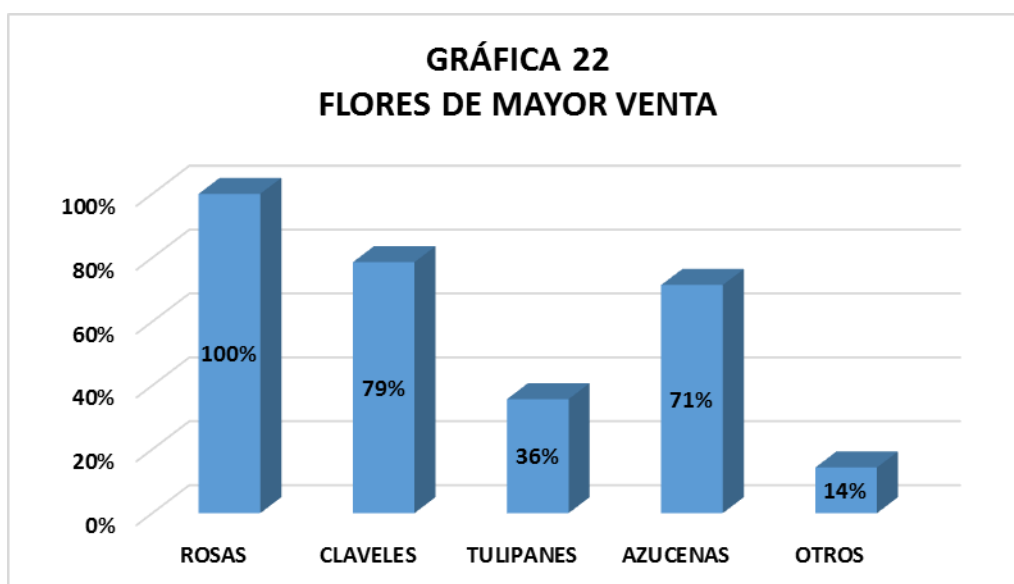
Pregunta N° 3.- ¿Cuáles son las flores que más se vende en su negocio?

**CUADRO N° 17
FLORES DE MAYOR VENTA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ROSAS	14	100%
CLAVELES	11	79%
TULIPANES	5	36%
AZUCENAS	10	71%
OTROS	2	14%

FUENTE: Oferentes ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar el 100% de los encuestados venden rosas en sus locales, el 79% venden claveles, el 71% venden azucenas, el 36% venden tulipanes; y el 14% venden otras como girasoles, etc.

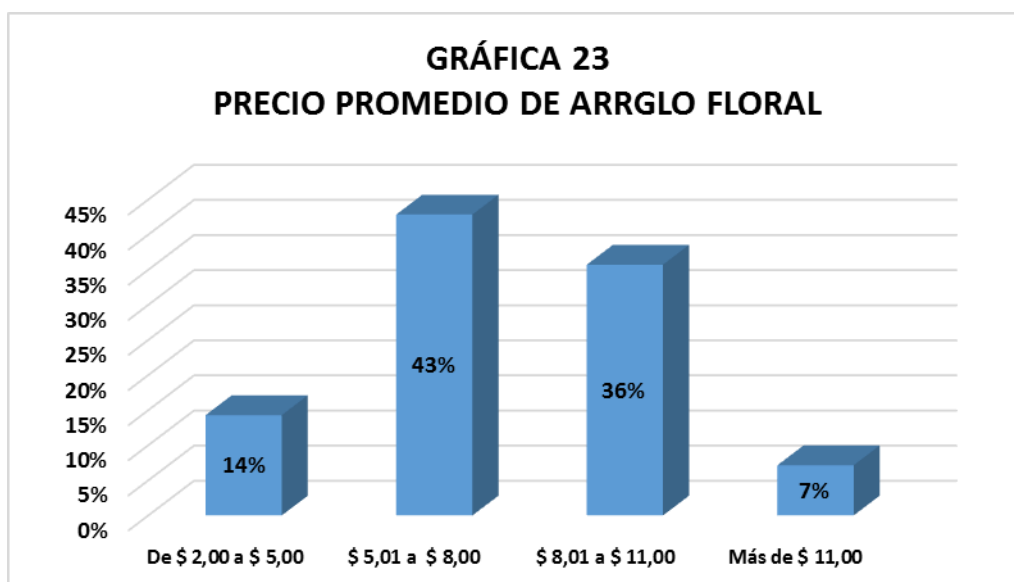
Pregunta N° 4.- ¿Cuál es el precio de venta por cada arreglo floral?

**CUADRO N° 18
PRECIO PROMEDIO DE ARREGLO FLORAL**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$ 2,00 a \$ 5,00	2	14%
\$ 5,01 a \$ 8,00	6	43%
\$ 8,01 a \$ 11,00	5	36%
Más de \$ 11,00	1	7%
TOTAL	14	100,00%

FUENTE: Oferentes ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar el 43% venden entre \$5,01 a \$8,00 dólares por cada arreglo, el 36% venden entre \$8,01 a \$11,00 dólares, el 14% venden entre \$2,00 a \$5,00 dólares; y, el 7% venden a más de \$11,00 dólares cada arreglo floral.

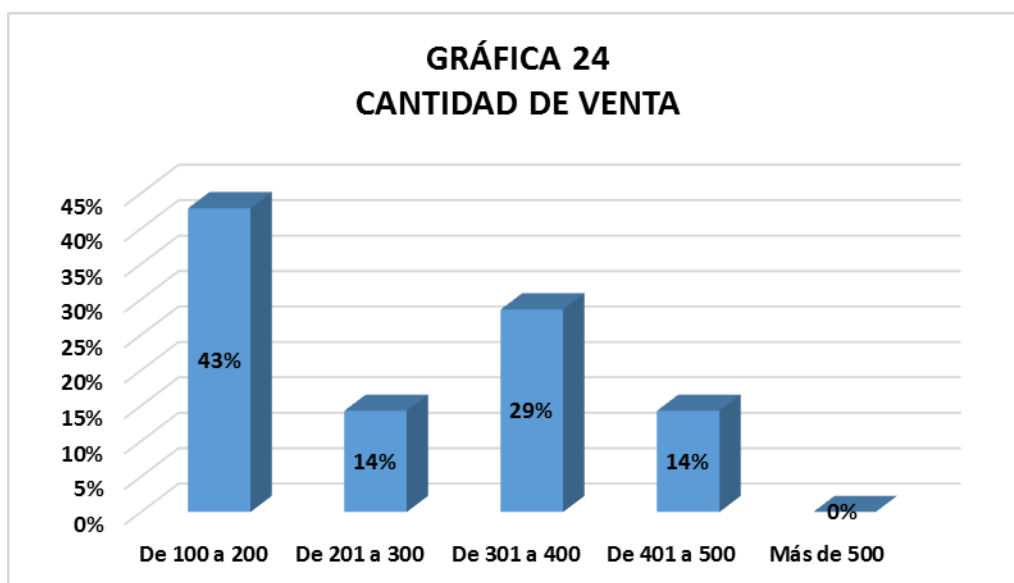
Pregunta N° 5.- ¿Indique la cantidad de arreglos florales que vende mensualmente?

**CUADRO N° 19
CANTIDAD DE VENTA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 100 a 200	6	43%
De 201 a 300	2	14%
De 301 a 400	4	29%
De 401 a 500	2	14%
Más de 500	0	0%
TOTAL	14	100,00%

FUENTE: Oferentes ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar el 43% de los encuestados venden de 100 a 200 arreglos florales mensualmente, el 29% entre 301 a 400 arreglos florales mensualmente, el 14% entre 201 a 300 arreglos florales; y, el 14% venden entre 401 a 500 arreglos florales mensualmente.

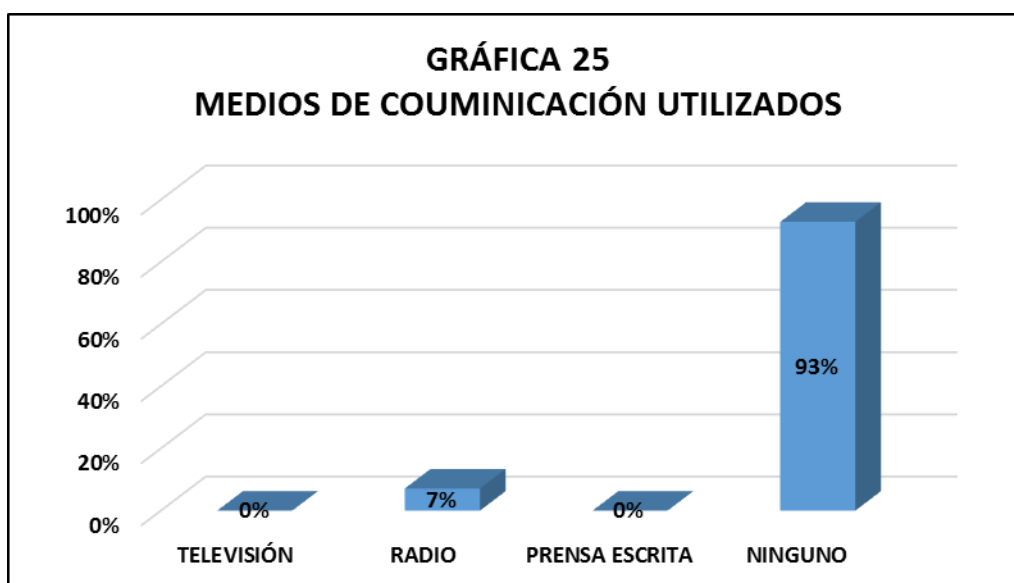
Pregunta N° 6.- ¿En Cuáles de los siguientes medios de publicidad realiza la promoción de sus productos?

**CUADRO N° 20
MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	0	0%
RADIO	1	7%
PRENSA ESCRITA	0	0%
NINGUNO	13	93%
TOTAL	14	100,00%

FUENTE: Oferentes ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Para poder determinar cuál medio de comunicación por el cual dan a conocer sus productos el únicamente el 93% de los encuestados es decir una sola floristería utiliza la radio, los demás no utilizan ningún tipo de medio de comunicación para dar a conocer sus productos.

Pregunta N° 7.- ¿Qué clase de promoción realiza por la venta de sus productos?

**CUADRO N° 21
PROMOCIÓN UTILIZADA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RIFAS	0	0%
DESCUENTOS	0	0%
OBSEQUIOS	0	0%
NINGUNA	14	100%
TOTAL	14	100,00%

FUENTE: Oferentes ciudad de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora



INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar el 100% de los encuestados no realizan ningún tipo de promociones por la compra de sus arreglos florales, ya que consideran que por el precio y la cantidad no es rentable el ofrecer promociones.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Permite conocer cuál es la situación de la demanda de los productos, es decir, da a conocer los clientes y futuro de los productos, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función a la producción de arreglos florales con entrega a domicilio.

La demanda actual determina la pauta de la cantidad de consumidores que se tendrá en años futuros.

DEMANDA POTENCIAL

Está constituida por la cantidad de arreglos florales que podrían comprar en el mercado.

Para determinar la Demanda Potencial se considera en primer lugar la Población Económicamente Activa de la ciudad de Yantzaza (4.188), por lo que se ha procedido a realizar la proyección de la población para los 10 años de vida útil del proyecto, utilizando la siguiente fórmula:

Fórmula de Proyección:

$$Pd = Dt (1+r)^t$$

En donde:

Pd= Proyección de la Demanda

Dt= Demanda Total

r= índice de crecimiento

t= Tiempo en Años

**CUADRO N° 22
DEMANDA POTENCIAL PEA**

Año	Población PEA
2015	4.188

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaboración: La Autora

Cálculo de la Proyección

$$P_{2016} = (4.188) (1+0.0221) = 4.281$$

**CUADRO N° 23
DEMANDA POTENCIAL**

Año	Proyección
0	4.188
1	4.281
2	4.375
3	4.472
4	4.571
5	4.672
6	4.775
7	4.880
8	4.988
9	5.099
10	5.211

Fuente: Proyecciones (TC 1,33%) INEC 2010

Elaboración: La Autora

La Demanda Potencial está dada por el PEA de la ciudad de Yantzaza, siendo esta para el año base de 4.188 habitantes y para el año 10 de 5.211 habitantes que corresponden al PEA.

DEMANDA REAL

Para calcular la demanda real se toma en consideración la demanda potencial de la PEA para el año base que es 4.188 al mismo se lo multiplica por el 97% (Cuadro N° 3) que constituye la población que compran flores, a esta demanda real se la proyecta para los diez años de vida útil del proyecto.

**CUADRO N° 24
DEMANDA REAL**

Año	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 97%
0	4.188	4.062
1	4.281	4.152
2	4.375	4.244
3	4.472	4.338
4	4.571	4.434
5	4.672	4.532
6	4.775	4.632
7	4.880	4.734
8	4.988	4.839
9	5.099	4.946
10	5.211	5.055

Fuente: Cuadros 3 y 23

Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

Está constituida por la cantidad de arreglos florales que son requeridos por el mercado.

Para calcular la demanda efectiva se toma en consideración la demanda real para el año base que es de 4.062 al mismo se lo multiplica por el 89% (cuadro N° 7) de los consumidores que si compraría arreglos florales con entrega a domicilio en una empresa de recién creación en la ciudad de Yantzaza, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$De = Qp.M\%$$

Para el año 2015

$$De = Qp. M\%$$

$$De = 4.062 * 89\%$$

$$De = 3.615 \text{ PEA}$$

En donde:

De = Demanda Efectiva

Qp = Población Proyectada

M%= Porcentaje de la demanda Muestral

**CUADRO N° 25
DEMANDA EFECTIVA**

AÑO	DEMANDA REAL	PORCENTAJE	DEMANDA EFECTIVA 89%
0	4.062	89%	3.616
1	4.152	89%	3.695
2	4.244	89%	3.777
3	4.338	89%	3.861
4	4.434	89%	3.946
5	4.532	89%	4.033
6	4.632	89%	4.122
7	4.734	89%	4.213
8	4.839	89%	4.306
9	4.946	89%	4.402
10	5.055	89%	4.499

Fuente: Cuadro 7 y 24

Elaboración: La Autora

Se determina una demanda efectiva para el año base es de 3.616 PEA.

DEMANDA EFECTIVA EN ARREGLOS FLORALES

Está constituida por la cantidad de arreglos florales que se consumen en el mercado.

Para el cálculo de la demanda esperada del producto, al consumo per cápita anual se lo multiplica por la demanda efectiva en el PEA.

CUADRO 26
CONSUMO PER CÁPITA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	$\Sigma F X_m$
1 a 2	286	1,5	429
3 a 4	68	3,5	238
TOTAL	354		667

Fuente: Cuadro 6

Elaboración: La Autora

$$\Sigma \text{TOTAL } X_m$$

Promedio = -----

Muestra

667

Promedio = -----

354

Promedio = 2 Arreglos florales mensualmente

Esto determina que anualmente hay un promedio de 24 arreglos florales.

**CUADRO N° 27
DEMANDA EFECTIVA**

AÑO	DEMANDA REAL	CONSUMO PER CÁPITA	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA EN ARREGLOS FLORALES
0	4.062	24	97.497	84.822
1	4.152	24	99.651	86.697
2	4.244	24	101.854	88.613
3	4.338	24	104.105	90.571
4	4.434	24	106.405	92.573
5	4.532	24	108.757	94.618
6	4.632	24	111.160	96.710
7	4.734	24	113.617	98.847
8	4.839	24	116.128	101.031
9	4.946	24	118.694	103.264
10	5.055	24	121.318	105.546

Fuente: Cuadros 25 y 26

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACIÓN: A la demanda efectiva en población se la multiplica por el consumo percapita en arreglos florales, lo que determina la demanda efectiva de 84.822 arreglos florales para el año base del proyecto.

ESTUDIO DE LA OFERTA

OFERTA EN UNIDADES

Está constituida por la cantidad de arreglos florales que se consumen en el mercado.

Para el cálculo de la oferta del producto, al consumo per cápita mensual se lo multiplica por la oferta de establecimientos que venden flores, esto para cada producto.

**CUADRO N° 28
VENTA PERCÁPITA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	ΣFXm
De 100 a 200	6	150	900
De 201 a 300	2	250,5	501
De 301 a 400	4	350,5	1402
De 401 a 500	2	450,5	901
TOTAL	14		3.704

Fuente: Cuadro 19

Elaboración: La Autora

**Promedio = 3.704 x 12 meses determina 36.888 arreglos florales
anualmente**

**CUADRO N° 29
OFERTA**

Años	OFERTA
0	36.888
1	37.294
2	37.704
3	38.119
4	38.538
5	38.962
6	39.391
7	39.824
8	40.262
9	40.705
10	41.153

Fuente: SRI (Tasa de crecimiento de comercios 1,1%)

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda permite determinar la demanda insatisfecha para el producto.

Para determinar la demanda insatisfecha se realiza una comparación entre la demanda efectiva y la oferta, siendo esta la cantidad de arreglos florales que es probable que el mercado consuma en los años futuros.

**CUADRO N° 30
DEMANDA INSATISFECHA**

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	84.822	36.888	47.934
1	86.697	37.294	49.403
2	88.613	37.704	50.909
3	90.571	38.119	52.452
4	92.573	38.538	54.035
5	94.618	38.962	55.656
6	96.710	39.391	57.319
7	98.847	39.824	59.023
8	101.031	40.262	60.769
9	103.264	40.705	62.559
10	105.546	41.153	64.394

Fuente: Cuadros 27 y 29

Elaboración: La Autora

La Demanda Insatisfecha de la presente es de 37.086 arreglos florales para el año base y de 52.292 arreglos florales para el año 10.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

Satisfacer la creciente demanda hacia el consumo de arreglos florales, ofreciendo a los consumidores calidad, variedad y ahorro.

- Ofrecer a los consumidores diferentes presentaciones del producto según su preferencia y necesidad.
- Brindar al cliente la facilidad de tener un arreglo floral.
- Lograr una imagen del producto que refleje la calidad ofrecida de tal manera que llame la atención y el interés del público.

GRÁFICA 27

PRODUCTO



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORACIÓN: La Autora

PRECIO

Desde el punto de vista de la mercadotecnia, el precio es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, plaza y promoción) en que produce ingresos; los otros elementos generan costos.

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

El precio de un producto es un determinante importante de la demanda del mercado de ese artículo afecta la posición competitiva de una empresa y su participación en el mercado como resultado de ello tiene una influencia considerable sobre los ingresos y la utilidad neta de una empresa.

La fijación del precio se fija mediante el costo de fabricación mas todos los costos más margen de utilidad igual precio.

En lo posterior se determinará el precio en base a los costos totales, más un margen de utilidad, el mismo que se lo determinará en base a la encuesta tanto a oferentes como a demandantes, esto es que no puede ser mayor a los de la competencia, los mismos que se encuentran en el mercado a un precio de acuerdo a cada arreglo floral, determinándose el margen de utilidad en base a la competencia.

PLAZA

Es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.

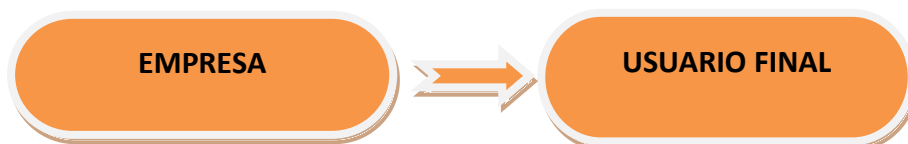
Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto, a medida que este pasa del fabricante al consumidor final o al usuario industrial.

El canal de un producto se extiende solo a la última persona u organización que lo compra sin introducir cambios importantes en su forma. Cuando se modifica la forma y nace otro producto, entra en juego un nuevo canal.

Existen otras instituciones que intervienen en el proceso de distribución como son: bancos, compañías de seguros, de almacenamiento y transportistas. Pero como no tienen la propiedad de los productos ni participan activamente en las actividades de compra o de venta, no se incluyen formalmente en los canales de distribución, la plaza para el presente proyecto serán las parroquias de la ciudad de Yantzaza.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

GRÁFICA 28



FUENTE: Análisis de las 4 PS. Plaza
ELABORACIÓN: La Autora

El presente canal de distribución que se utiliza es el directo el cual se refiere a que los arreglos florales saldrán de la empresa hacia los usuarios de la ciudad de Yantzaza.

PROMOCIÓN.

La promoción consta de todas las actividades necesarias para presentar a una audiencia un mensaje impersonal y pagado por un patrocinador identificado que se refiere a un producto o a una organización. Mediante el contacto directo entre el vendedor y el comprador potencial; la presentación se hace de tal manera que se pueda convencer al comprador de que el producto que se le vende es absolutamente necesario. Si no se logra una comunicación recíproca entre el vendedor y el posible comprador, puede ser debido a que la técnica publicitaria no es efectiva. Nuestro proyecto utilizará la técnica de la venta personal, por ser efectiva y sigue siendo un método de comercialización muy utilizado.

En la presente se ha creído conveniente hacer la publicidad a través de los periódicos de la localidad como es diario Zamora en Directo, en la que se realizará 65 publicaciones mensuales.

CUADRO 31
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
Publicaciones Prensa escrita	65	780
TOTAL	65,00	780,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

ETIQUETA

GRÁFICA 29



FUENTE: Elaboración propia
ELABORACIÓN: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio Técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a ésta área.

Uno de los resultados de éste estudio será definir la función de producción que optimice la utilización de recursos disponibles en la producción de arreglos florales. Con éste estudio se determina los requerimientos del componente tecnológico (maquinaria) para la operación. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de la maquinaria, se podrá determinar su disposición en la planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades del espacio físico para su normal funcionamiento. Además hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por nivel de especialización y la descripción del proceso productivo que hará posible el conocimiento de la materia prima requerida.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO DEL PROYECTO.

Para determinar el Tamaño del proyecto se analizarán las variables determinantes como la dimensión del mercado, tecnología del proceso

productivo, disponibilidad de insumos, la localización, también la oferta y demanda del producto con todos los demás aspectos del proyecto.

En el presente trabajo para el tamaño del proyecto como se analizará la capacidad instalada y utilizada.

Para estos parámetros se plantea utilizar la maquinaria más ventajosa y que pueda cubrir los requerimientos industriales para la ciudad de Yantzaza.

Respecto a la demanda insatisfecha, se debe tomar únicamente un porcentaje menos a ésta, para evitar el riesgo de implantar una empresa de producción con una capacidad instalada superior a la demanda esperada.

CAPACIDAD INSTALADA.

Para poder determinar la capacidad instalada de la planta, en este caso por tratarse de una empresa donde se compraran las flores para elaborar los arreglos florales, se determinará en base a la capacidad que tienen las personas que trabajarán en la parte operativa, es decir las personas que elaboraran los arreglos florales, esto es dos obreros que trabajarán 8 horas diarias, cada uno puede elaborar 4 arreglos florales por hora esto es que siendo dos trabajadores elaboraran 8 arreglos florales por hora que al trabajar ocho horas producirán 64 arreglos florales diarios, que multiplicados por los 22 días laborables se producirá 1.408 arreglos florales al mes es decir 16.896 arreglos florales al año.

A continuación se detalla lo explicado.

CUADRO 32
CAPACIDAD INSTALADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE %	CAPACIDAD INSTALADA
1	49.403	34,20	16.896
2	50.909	33,19	16.896
3	52.452	32,21	16.896
4	54.035	31,27	16.896
5	55.656	30,36	16.896
6	57.319	29,48	16.896
7	59.023	28,63	16.896
8	60.769	27,80	16.896
9	62.559	27,01	16.896
10	64.394	26,24	16.896

Fuente: Cuadro 30

Elaboración: La Autora

En el presente cuadro se puede observar que con el 100% de la capacidad instalada se producirá 16.896 arreglos florales, esto es para el primer año el 92,51% de la demanda insatisfecha.

CAPACIDAD UTILIZADA.

Es la cantidad de productos que se van a producir tomando en cuenta la capacidad instalada de la empresa.

Si tomamos en consideración que cada empresa que se inicia en cualquier tipo de negocio, es siempre menos del 100% de su capacidad instalada debido a ciertos factores como: Introducción del producto en el mercado, selección o escogitamiento de la mano de obra, materiales a utilizarse, etc. Es por eso que en el presente proyecto, para el primer año de vida útil se utilizará el 80% para el segundo el 85% y desde el tercero hasta el décimo año el 90% de esta capacidad. En el siguiente cuadro se presenta la capacidad utilizada para los 10 años de vida útil del proyecto.

**CUADRO 33
CAPACIDAD UTILIZADA**

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA
1	16.896	80	13.517
2	16.896	85	14.362
3	16.896	90	15.206
4	16.896	90	15.206
5	16.896	90	15.206
6	16.896	90	15.206
7	16.896	90	15.206
8	16.896	90	15.206
9	16.896	90	15.206
10	16.896	90	15.206

Fuente: Cuadro 32

Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La toma de decisiones sobre la localización de la empresa es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que la presente empresa pretende alcanzar, de ahí que se deba encontrar una localización adecuada y que preste todas las garantías para la buena marcha de la presente empresa en sus actividades productivas y administrativas.

ASPECTOS LOCALIZACIONALES DEL PROYECTO

a) Transporte o Flete.

Constituye la facilidad que tiene la empresa para transportar las flores desde el lugar donde se los compra hasta el lugar de producción de igual manera se preverá el transporte de los arreglos florales hacia el mercado consumidor.

b) Disponibilidad y Costos de Recursos.

Sin duda alguna este es un factor importante para la localización de la empresa, que en cierta forma se relaciona con la distancia de la empresa al radio urbano, además el transporte y otros costos de servicios, sin

embargo la localización de la empresa no tendría mayor problema ya que no está ubicada en áreas demasiado alejadas de la ciudad, esto se lo planifica inclusive para evitar gastos mayores para el personal de la empresa.

- **Mano de Obra.**

En este aspecto es importante manifestar que para la empresa se necesitará obligatoriamente mano de obra especializada en Agricultura y personal practicante aunque no tenga mayor experiencia en labores similares, es necesario además manifestar que la presente no tendrá ningún tipo de problemas en cuanto a la movilidad de la fuerza de trabajo ya que donde va a estar localizada la empresa existe facilidad de transporte.

- **Materias Primas.**

Hay empresas que tienen dificultades con las materias primas y su transporte, ya que estas pueden ser perecederas y pueden sufrir daños que perjudiquen a la empresa, en nuestro caso usaremos materias primas de la localidad esto da facilidad para su transportación sin que sufran daños considerables, por lo que nuestra materia prima es fácil de trasladar al lugar de producción e inclusive se la puede guardar en bodega por tiempos prudentes.

- Energía Eléctrica.

Es uno de los factores que inciden en la localización de la empresa, aun en contra de otros factores que puedan indicar una ubicación diferente, aunque la energía eléctrica pueda ser transportable a largas distancias hay casos en que las empresas tienen que obligatoriamente instalar planta propia, en nuestro caso al estar ubicados dentro del parque industrial no hay escasez de este y otros recursos.

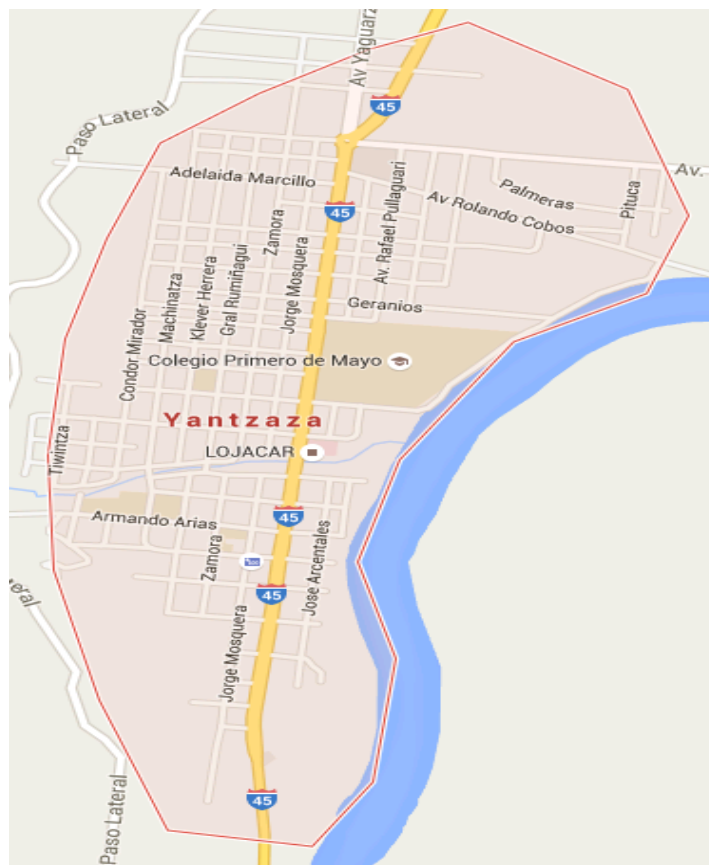
- Agua.

Como se conoce para la presente empresa este es uno más de los elementos básicos en el proceso productivo del cual no se podrá prescindir, es así que tendrá una gran influencia dentro del factor de localización, su disponibilidad para su utilización.

MACRO LOCALIZACIÓN.

Se refiere a la totalidad de la extensión que se cubrirá en el presente proyecto; de acuerdo a los estudios realizados la ciudad de Yantzaza cuenta con la infraestructura necesaria para respaldar la instalación de dicha empresa, en consecuencia y siguiendo las Ordenanzas Municipales, la empresa estará situada en nuestra Ciudad.

GRÁFICA 30. MACRO LOCALIZACIÓN



FUENTE: GOC, Mapa Político de Yantzaza

ELABORACIÓN: La Autora

MICRO LOCALIZACIÓN.

Para elegir la mejor localización de la empresa se utilizó el método cualitativo por puntos. Este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de aspectos que se consideran relevantes para la localización y luego se les asigna un peso. La suma de estos pesos debe ser igual al. 100%.

Adicionalmente se califica a cada uno de los factores que pertenece a una alternativa de localización: A (SUR), B (CENTRO), C (NORTE) en relación a la escala predeterminada de 0 a 100. De acuerdo a la suma de los puntajes de cada una de las alternativas se escogió la que obtuvo mayor resultado que se presenta en la siguiente tabla:

CUADRO 34
MATRIZ CUALITATIVA POR PUNTOS PARA SELECCIONAR
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

FACTORES LOCACIONALES	PESO	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN					
		A		B		C	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Costo de Arriendo	0,35	60	21	70	24,5	80	28
Seguridad	0,3	70	21	80	24	50	15
Facilidad de parqueo	0,2	60	12	80	16	40	8
Disponibilidad de servicios básicos	0,15	100	15	100	15	100	15
TOTAL	1		69		80		66

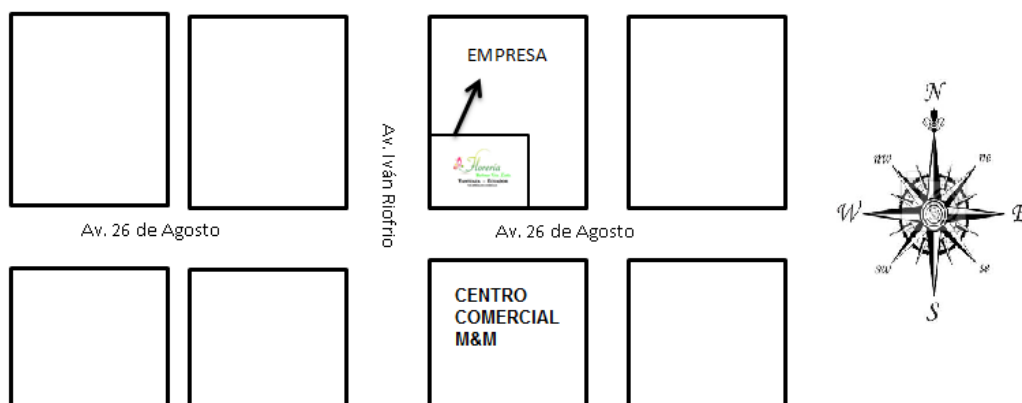
Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Para determinar la localización más apropiada para el proyecto se tomó la alternativa que obtuvo mayor puntaje, en este caso, en la parte Céntrica de la ciudad de Yantzaza en las calles Av. Iván Ríofrío y Av. 26 de Agosto. Se ha elegido este lugar porque es el de mayor acceso a empresas y negocios; además, es apropiado para la adquisición de la materia prima y

cuenta con todos los servicios básicos: agua, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono, etc.

GRÁFICA 31. MICRO LOCALIZACIÓN



Fuente: Cuadro N° 34 e Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

INGENIERIA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto es un estudio técnico que permite establecer etapas para la instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto; para la realización de este estudio es necesario contar con el apoyo de profesionales en la Arquitectura, para el diseño de adecuaciones, y, más profesionales especializados que permitan cumplir los objetivos de implantación del proyecto.

PROCESO PRODUCTIVO

El proceso productivo es una serie de operaciones secuenciales mediante las cuales se transforma la materia prima en producto terminado.

Para elaborar arreglos florales se sigue el siguiente proceso:

Recepción de materia prima: En este proceso se realiza la recepción de las flores, las cuales se las traslada a la bodega general de la empresa.

Selección de flores frescas: Se determina el escoger de las flores frescas, desechando las que se encuentran en mal estado, en esta parte se realiza un control de calidad de las flores recibidas.

Elaboración del arreglo floral: En este proceso luego de escoger las flores más adecuadas, se realizan los arreglos florales que más acogida tienen en el mercado o los que ha pedido los clientes y están por entregar, para ellos se utiliza la mano de obra de dos personas.

Forrado y decoración: Es el proceso en la cual se realiza el forrado del arreglo con el respectivo decorado, el mismo que contiene un control de calidad, para ser entregado al cliente.

Entrega al cliente: En este proceso, los arreglos pasan a ser entregados a domicilio de acuerdo a los pedidos y el lugar del traslado, si es en el perímetro urbano se lo llevará caminando, pero si es fuera del perímetro urbano, se lo trasladará en el vehículo de la empresa.

GRÁFICA 34
FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA ELABORAR CUATRO
ARREGLOS FLORALES

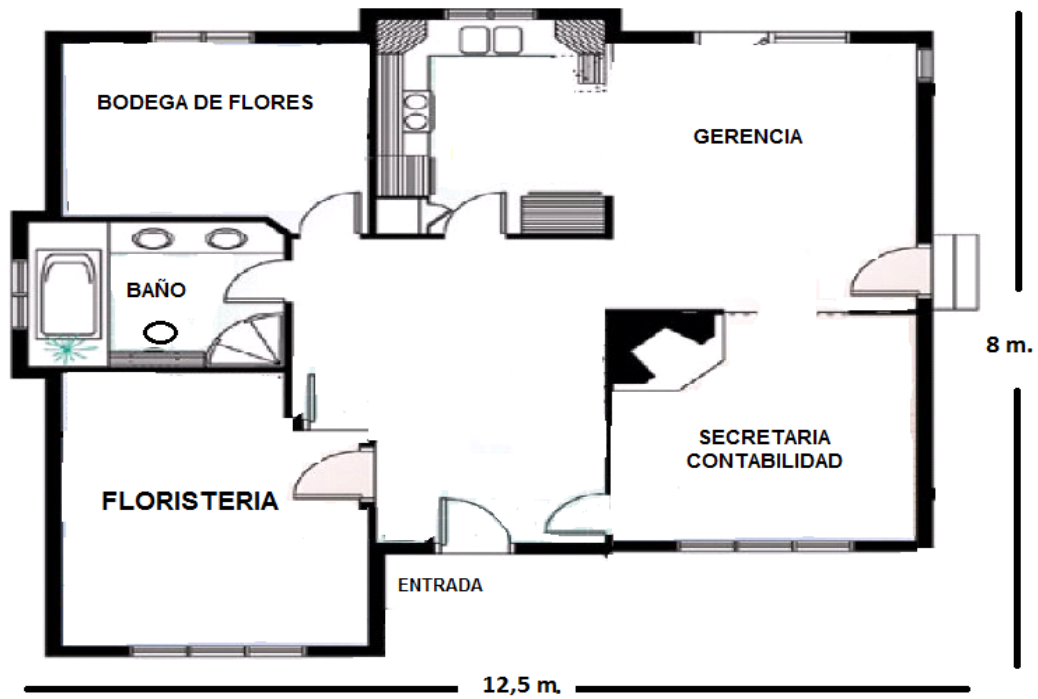
ASES	PROCESO PRODUCTIVO	INSPECCIÓN	OPERACIÓN	OPERACIÓN DEMORA	DEMORA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	TIEMPO
		□	○	⊖	D	⇨	△	
1	Recepción de la materia prima		●					15 min
2	Selección de flores frescas	●	●					20 min
3	Elaboración del arreglo floral		●					10 min
4	Forrado y decoración	●	●					10 min
5	Entrega al cliente		●					05 min
Total para cuatro arreglos florales por hora								60 min

FUENTE: Investigación Directa
 ELABORACIÓN: La Autora

Distribución Física de la Planta de Producción

Para el desarrollo adecuado de las actividades de la empresa, arrendará un local en el Centro de la ciudad de Yantzaza un local de 120 m², que tiene todos los servicios básicos.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA GRÁFICA 35



FUENTE: Ing. Civil. Carlos Ramírez
ELABORACIÓN: Ing. Civil. Carlos Ramírez

Descripción de Maquinaria y Equipo

Vehículo:

Descripción: Camioneta para carga, marca Mazda cabina sencilla

GRÁFICA 36



FUENTE: Mazda

HERRAMIENTAS

- Kit de herramientas para arreglos florales

MUEBLES Y ENSERES

- Escritorio ejecutivo con silla giratoria
- Mesas de Trabajo
- Sillas plásticas
- Archivadores
- Perchas Metálicas

EQUIPO DE OFICINA

- Computador
- Impresora
- Teléfono

ÚTILES DE ASEO

- Escobas
- Recogedores de basura
- Cesto para la basura
- Trapeadores
- Desinfectantes

REQUERIMIENTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE VENTA

- Gerente

- Secretaría Contadora
- Jefe de Ventas
- Obreros
- Chofer
- Conserje

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Organización Legal

Para la organización jurídica se ha previsto implementar una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo al artículo 92 de la Ley de Compañías, en su parte pertinente dice: La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales, hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “COMPAÑÍA LIMITADA” o su correspondiente abreviatura.

Los requisitos exigidos por la ley son los siguientes:

- ✦ Acta constitutiva.
- ✦ Razón Social de la empresa Salinas CIA. LTDA.
- ✦ Domicilio: Ciudad de Yantzaza, calles Av. Iván Riófrío y Av. 26 de Agosto.
- ✦ Capital social. Por determinarse
- ✦ Tiempo de Duración: Diez años
- ✦ Administradores:

Objeto Social. La empresa Salinas CIA. LTDA. Se dedicará a la producción y comercialización de asadores ecológicos.

Minuta para la Constitución de la Compañía

En Nombre Colectivo

Señor Notario:

En la ciudad de Yantzaza, cabecera Cantonal del mismo nombre, hoy 05 de junio del año 2015, ante el señor Notario Primero de la ciudad de Yantzaza, se eleva a minuta la constitución de la siguiente Compañía Colectiva.

En el registro de escritura pública a su cargo, díguese insertar una que contenga la constitución de la Compañía Colectiva “Salinas Cía. Ltda”.

Concurren al otorgamiento de esta escritura a las Señoras: Milena Salinas, Rocío Salinas y María Antonieta Ruíz Salinas, de nacionalidad ecuatorianas, domiciliadas en esta ciudad y quienes comparecen por sus propios derechos.

Estatuto de la Compañía Colectiva “Salinas Cía. Ltda.”, se conforma con arreglo a las declaraciones y cláusulas siguientes:

Capítulo Primero

Razón Social, Domicilio, Objetivo Social y Plazo de Duración

Art. 1.- La Compañía llevará la razón social “Salinas Cía. Ltda.”.

Art. 2.- El domicilio de la Compañía es la ciudad de Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe.

Art.3.- La Compañía está constituida mediante este instrumento tendrá como objetivo la producción y comercialización de arreglos florales con entrega a domicilio.

Art. 4.- Las socias han acordado que el plazo de duración de la compañía es de 10 años, pero por resolución unánime de las mismas podrán liquidar antes del vencimiento de este plazo o prorrogar su duración.

Art. 5.- El tipo de empresa es de manufactura, puesto que la materia prima e insumos sufrirán una transformación para obtener el producto final, utilizando mano de obra calificada.

Capítulo Segundo

Capital Social

Art. 6.- El Capital de la Compañía es de: \$ 1.000,00 dólares americanos.

Art. 7.- La Compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta General de las socias en valor igual por cada una.

Art. 8.- La resolución de aumento y reducción de capital se tomara con el consentimiento unánime de las socias.

Capítulo Tercero

Art. 9.- Son obligaciones de las socias:

- Tomar a su cargo las funciones que les fueron encomendadas por la Junta General de Socias y por el Presidente.
- Cumplir con las encomiendas y deberes que le asigne la Junta General de Socios y el gerente General.
- Cumplir con las obligaciones previstas por la Ley.

Art. 10.- Las socias tendrán derecho a:

- Intervenir con voz y voto en las sesiones de la Junta General.
- Elegir y ser elegido administrador y demás organismos de administración y fiscalización
- Percibir utilidades y beneficios de las aportaciones pagadas

Capítulo Cuatro

Art. 11.- La administración de la Compañía se ejercerá por medio de la Junta General de Socios.

Art. 12.- La Junta General de los Socios es el órgano superior de la compañía y está integrado por las socias legalmente convocadas.

Sesiones de los Socios

Art. 13.- La Junta General de los socios son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal

Art. 14.- La Junta General ordinaria y extraordinaria serán convocadas por el Gerente de la Compañía, personalmente a cada uno de los socios y por escrito.

Firmamos con nuestro Abogado

Sra. Milena Salinas

Sra. Rocío Salinas

Sra. María Antonieta Ruíz

Dr. Manuel Camacho Rueda.

ABOGADO EN LIBRE EJERCICIO

Estructura Empresarial Interna

La estructura empresarial interna es la estructura organizativa con que cuenta la empresa, ya que una buena organización conlleva la asignación de funciones y responsabilidades a cada una de las integrantes de la misma.

Esto permitirá que los recursos especialmente el humano sean administrados con eficiencia. La estructura organizativa se representa mediante organigramas los cuales se presentan a continuación junto al manual de funciones correspondientes.

Niveles Jerárquicos

La estructura administrativa de la empresa Salinas Cia. Ltda., está establecida por cinco niveles jerárquicos que son:

- **Nivel Legislativo Directivo:** Estará conformado por la Junta General de Socios.
- **Nivel Ejecutivo.-** Es el que ejecuta los planes y programas impuestos por el nivel legislativo, es decir la ejecución y control de la empresa, estará representado por la Gerente de la misma.
- **Nivel Asesor.-** Lo constituye las personas que la empresa contratará en forma temporal según las necesidades de la misma, estará integrado por un asesor Jurídico (Temporal).

- **Nivel de Apoyo.**- Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con eficiencia y eficacia, se encuentra conformado por la Secretaría-Contadora y el Conserje.
- **Nivel Operativo.**- Se describen los departamentos que se encargan de la marcha operativa de la empresa, dentro de éste nivel estarán el departamento de Producción y Ventas.

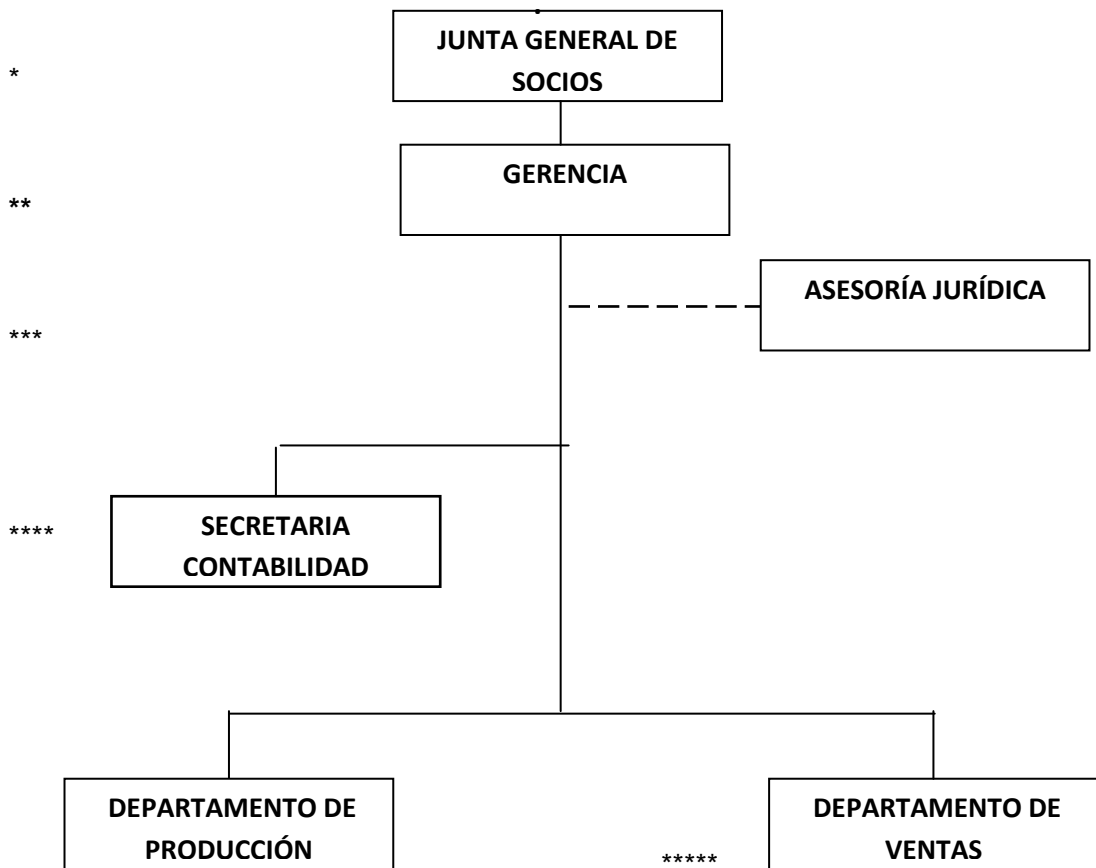
Organigramas

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

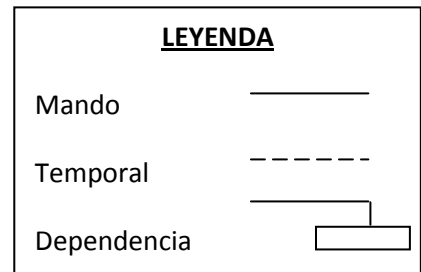
Gráfica 37.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA SALINAS CIA.

LITDA.



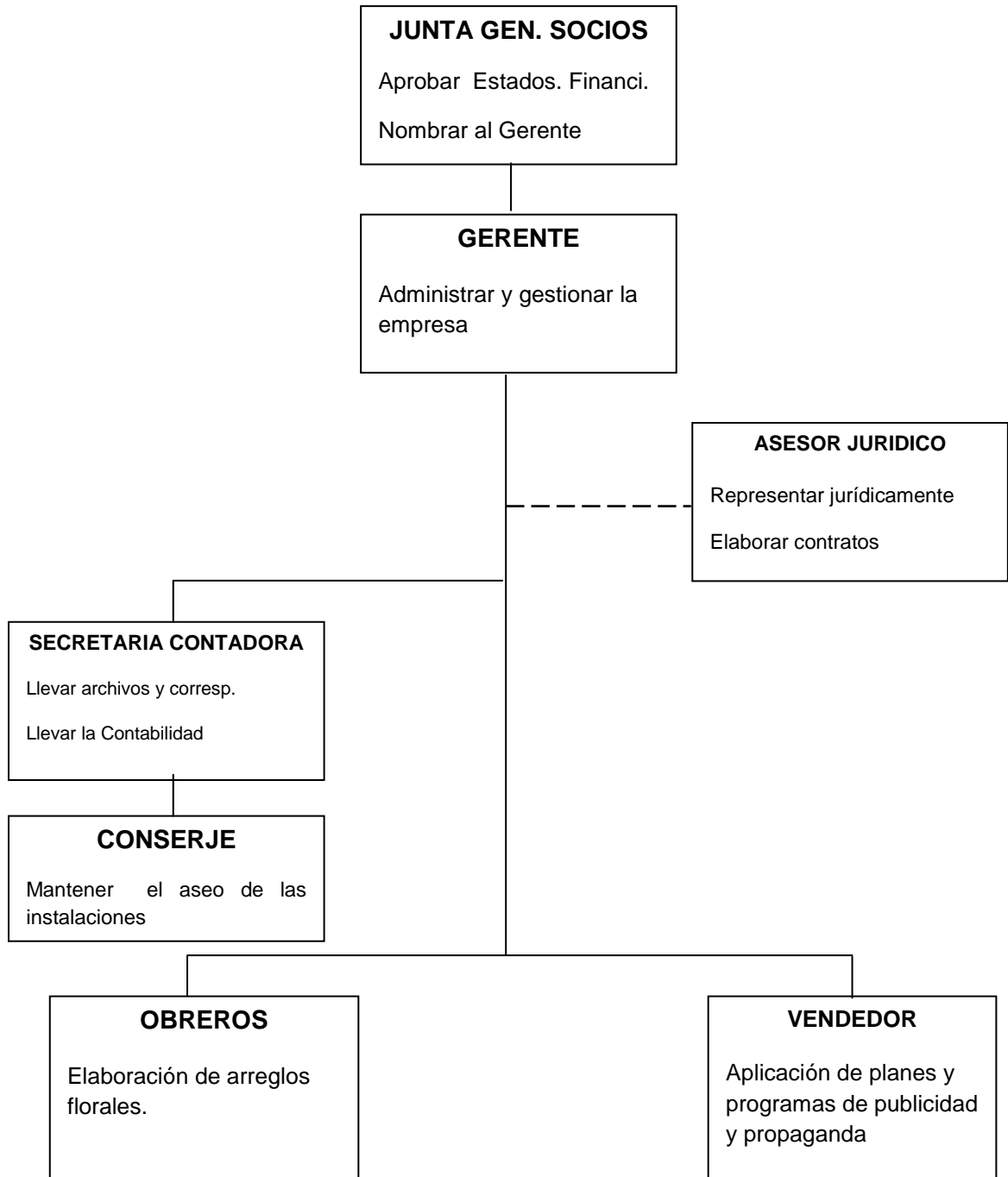
- * Nivel Legislativo
- ** Nivel Ejecutivo
- *** Nivel Asesor
- **** Nivel Auxiliar
- ***** Nivel Operativo



ELABORACIÓN: La Autora

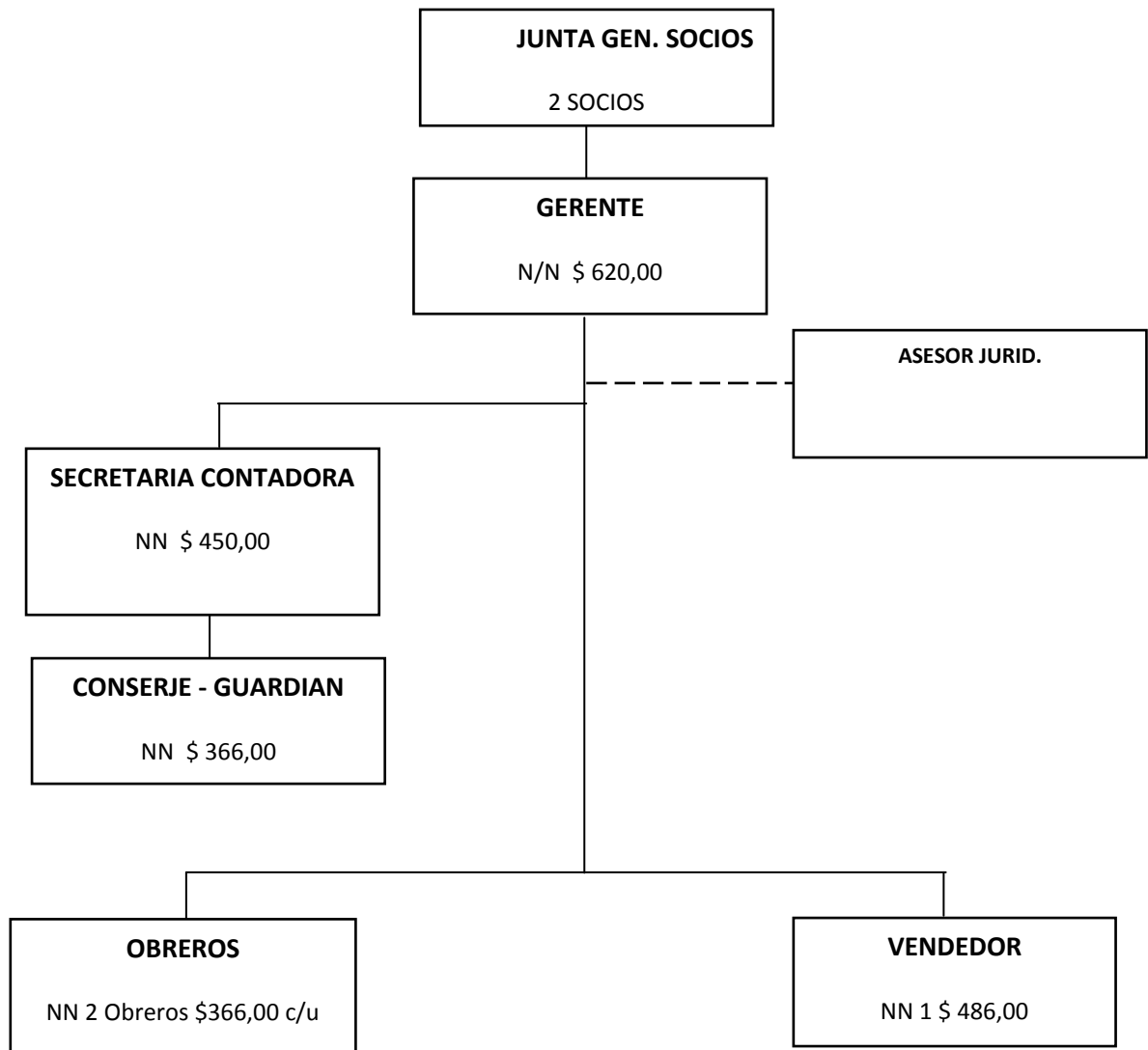
Gráfica 38

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA SALINAS CIA. LITDA.



Gráfica 39

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA SALINAS CIA. LITDA



ELABORACIÓN: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES

NIVEL: EJECUTIVO
<u>Nombre: GERENTE</u>
CODIGO: 01
Sección: Administrativa General
<u>Naturaleza del Trabajo:</u>
Planificar, programar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.
<u>Funciones Típicas:</u>
Ejercer la representación de la empresa.
Nombrar y contratar personal cumpliendo con los requisitos del caso.
Atender a las personas y compañeros de trabajo que necesiten información del puesto que se encuentra a su cargo.
Manejar las actividades administrativas, financieras y comerciales de la empresa.
Controlar la puntualidad y asistencia del personal.
Controlar la producción de la empresa.
<u>Características del Trabajo.</u>
El puesto requiere de un profesional dinámico con habilidades para planificar, programar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.
<u>REQUISITO MÍNIMO:</u>
- Educación
Título de Ingeniero Comercial
- Experiencia
Experiencia en funciones similares de uno a tres años.
Tener cursos de relaciones humanas y de atención al cliente.

NIVEL: ASESOR

Nombre: ASESOR JURÍDICO

CODIGO: 02

Naturaleza del Trabajo:

El trabajo implica el manejo de las relaciones conflictivas que tenga que enfrentar la empresa.

Funciones Típicas:

Representar conjuntamente con el Gerente a la empresa

Atender los asuntos judiciales de la empresa.

Elaborar los Contratos de Trabajo.

Asesorar en trámites legales.

Características del Trabajo:

El puesto requiere de un profesional en Jurisprudencia con iniciativa y capacidad para resolver problemas de tipo legal. Además su participación en la Empresa será eventual.

Requisito Mínimo:

- Educación:

Título de Abogado

- Experiencia:

Experiencia mínima 2 años.

NIVEL: AUXILIAR O DE APOYO
<u>Nombre: SECRETARÍA CONTADORA</u> CODIGO: 03 Sección Administrativa
<u>Naturaleza del Trabajo:</u> Encargada de llevar la contabilidad de costos de la empresa y cumplimiento de labores de secretariado.
<u>Funciones Típicas:</u> Atender al público que solicite información de la empresa. Llevar los registros contables de la empresa. Preparar los estados financieros correspondientes de la empresa. Cuidar y responder del archivo de la Institución Redacción y mecanografiado de todo tipo de correspondencia
<u>Características del Trabajo:</u> El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevara la empresa.
<u>Requisito Mínimo:</u> - Educación: Título en Contabilidad - Experiencia: Experiencia mínima 2 años en funciones afines. Tener curso en relaciones humanas y atención al cliente.

NIVEL: OPERATIVO
<u>Nombre: AGENTE VENDEDOR</u>
CODIGO: 04
<u>Naturaleza del Trabajo:</u> Determinar las situaciones del mercado así como la promoción y publicidad del producto.
<u>Funciones Típicas:</u> Promover mediante la publicidad la venta del producto. Mantener una buena relación con el cliente. Brindar información al cliente de cómo será pagado el producto. Verificar que el producto tenga los elementos necesarios para su distribución.
<u>Características del Trabajo:</u> Presentar informes periódicos al Gerente de cómo está la situación de la venta del producto. Tener habilidad en el manejo de clientes y buenas relaciones interpersonales.
<u>Requisito Mínimo:</u> - Educación: Título de Ingeniero comercial - Experiencia: Experiencia mínima 2 años

NIVEL: OPERATIVO
<u>Nombre: CHOFER VENDEDOR</u>
CODIGO: 05
<u>Naturaleza del Trabajo:</u> Determinar las situaciones de venta del producto.
<u>Funciones Típicas:</u> Promover mediante la publicidad la venta del producto. Mantener una buena relación con el cliente. Brindar información al cliente de cómo será pagado el producto. Verificar que el producto tenga los elementos necesarios para su distribución. Distribuir el producto en el lugar de compra Facturar y despacha el pedido
<u>Características del Trabajo:</u> Presentar informes periódicos al Gerente de cómo está la situación de la venta del producto. Tener habilidad en el manejo de clientes y buenas relaciones interpersonales.
<u>Requisito Mínimo:</u> - Educación: Marketing o Ventas - Experiencia: Experiencia mínima 2 años

NIVEL: OPERATIVO
<u>Nombre: JEFE DE PRODUCCIÓN</u>
CODIGO: 06
<u>Naturaleza del Trabajo:</u> Ejecutar las actividades de control al proceso productivo, mantenimiento de máquina e instalaciones.
<u>Funciones Típicas:</u> Control de calidad de arreglos florales. Realizar el proceso de selección de arreglos. Promover el proceso de elaboración de arreglos florales.
<u>Características del Trabajo:</u> El puesto requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de control.
<u>Requisito Mínimo:</u> - Educación: Título de Ingeniero Agrícola - Experiencia: Experiencia por lo menos de 1 año

NIVEL: OPERATIVO
<u>Nombre: OBREROS</u>
CODIGO: 07
<u>Naturaleza del Trabajo:</u> Ejecutar las actividades referentes al proceso productivo, mantenimiento de máquina e instalaciones así como del almacenamiento del producto final.
<u>Funciones Típicas:</u> Recepción y selección de materia primas. Ejecución del proceso de producción de arreglos florales. Realizar la limpieza diaria de las máquinas y utensilios que utilizan para el proceso de arreglos florales.
<u>Características del Trabajo:</u> El puesto requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de producción, requiere de alta movilidad y responsabilidad
<u>Requisito Mínimo:</u> - Educación: Título de Bachiller - Experiencia: Experiencia por lo menos de 1 año

NIVEL: OPERATIVO
<u>Nombre: CONSERJE</u>
CODIGO: 08
<u>Naturaleza del Trabajo:</u> Mantener las instalaciones de la empresa en buen estado.
<u>Funciones Típicas:</u> Abrir y cerrar las instalaciones de la empresa. Realizar la limpieza de la empresa. Llevar y traer la correspondencia
<u>Características del Trabajo:</u> El puesto requiere que sea una persona responsable para resguardar las instalaciones de la empresa.
<u>Requisito Mínimo:</u> - Educación: Título de Bachiller - Experiencia: Experiencia 1 año de labores similares

ESTUDIO FINANCIERO

Se refiere a la factibilidad económica de un proyecto, cuyo objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, así como elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto así poder determinar la rentabilidad del proyecto.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

El término inversión se refiere a las erogaciones o flujos negativos que ocurren al comienzo de la vida económica del proyecto y que representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos de capital, tales como: terrenos, edificios, maquinaria, etc.

La mayor parte de las inversiones deben realizarse antes de la puesta en marcha del proyecto, pero también puede existir inversiones que sean necesarias realizar durante la operación, ya sea por reemplazar activos desgastados o porque se requiere incentivar la capacidad instalada.

Las inversiones pueden clasificarse en tres categorías: Activos Fijos, activos diferidos y circulares (capital de operación).

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES

Se compone por los bienes propiedad de la empresa, que no son objeto de sus transacciones comunes, ya que le son indispensables para la realización de su proceso productivo. Estos bienes son: terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas; y, otros.

Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de ellos sin que con ellos ocasione problemas a sus actividades productivas.

INSTALACIONES Y ADECUACIONES

El local a ser arrendado tiene un área de 100 m² las instalaciones y adecuaciones tienen un valor en el mercado de 80 dólares el metro cuadrado. En el cuadro siguiente se indica los detalles del costo del terreno.

CUADRO 35
INSTALACIONES Y ADECUACIONES

DETALLE	ÁREA	COSTO m ²	COSTO TOTAL \$
Instalaciones y adecuaciones local de 100 m ²	100 m ²	80,00	8.000,00
TOTAL:			8.000,00

FUENTE: Investigación Directa.

ELABORACIÓN: La Autora

HERRAMIENTAS

Las herramientas a requerirse para el mantenimiento de los equipos e instalaciones es la siguiente:

Cuadro 36
PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
3	KIT DE HERRAMIENTAS	110	330
TOTAL			330

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

VEHÍCULO

Se adquirirá un vehículo, cuyas características son las siguientes:

CUADRO 37

VEHÍCULO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Camioneta 4x2 año 2015	19.000,00	19.000,00
TOTAL			19.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

MOBILIARIO DE PLANTA

El detalle del mobiliario de planta considerando el proceso de producción a efectuarse es el siguiente:

CUADRO 38
MOBILIARIO DE PLANTA

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mesas grandes de madera	3	210	630
Perchas medianas	2	160	320
Sillas aluminio	6	30	180
TOTAL:			1130

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

MOBILIARIO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

El requerimiento de mobiliario necesario para administración y ventas es el siguiente:

CUADRO 39
MOBILIARIO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
3	Escritorios ejecutivos con silla giratoria	230	690
3	Mesas de trabajo	180	540
6	Sillas plásticas	19	114
2	Archivadores	260	520
2	Perchas metálicas	190	380
TOTAL			2.244,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

EQUIPO DE ADMINISTRACIÓN

El equipo de administración requerido tiene el siguiente detalle:

CUADRO 40
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
3	Teléfono	110	330
1	Calculadora	80	80
TOTAL			410

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO 41
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
2	Computador	790	1580
2	Impresora	110	220
TOTAL			1800

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO 42
RESUMEN ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR
Instalaciones y Adecuación	8.000,00
Herramientas	330,00
Vehículo	19.000,00
Mobiliario de Planta	1.130,00
Mobiliario de Administración y Ventas	2.244,00
Equipo de Administración y Ventas	410,00
Equipos de Computación	1.800,00
Imprevistos 5%	1.645,70
TOTAL	34.559,70

Fuente: Cuadros del 35 al 41

Elaborado por: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

El Activo Diferido a utilizarse es el siguiente:

CUADRO 43
ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	VALOR
Elaboración del proyecto	2.100,00
Gastos de Constitución Legal	500,00
Impuestos Municipales	400,00
Marcas y patentes	380,00
Imprevistos 5%	169,00
TOTAL	3.549,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO 44
PERSONAL DE OPERACIÓN

DETALLE	CANTIDAD
Obreros	2

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO 45
ROL DE PAGOS

RUBRO/PUESTOS	OBREROS
Básico	366
Décimo Tercero 1/12	30,50
Décimo Cuarto SBU/12	30,50
Vacaciones 1/24	15,25
Aporte patronal 11.15%	40,81
Aporte IECE 0,5%	1,83
Aporte CECAP 0,5%	1,83
Remuneración unificada	486,72
Nro. De personas	2
Total Mensual	973,44
Total anual	11.681,26

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

NOTA: A partir del segundo año se paga fondos de reserva

PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS:

El personal para el área de administración y ventas es el siguiente:

CUADRO 46
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN

DETALLE	CANTIDAD
Gerente	1
Secretaria Contadora	1
Guardián	1

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO 47
ROL DE PAGOS PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN

RUBRO/PUESTOS	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	CONSERJE/ GUARDIAN
Básico	620	450	366
Décimo Tercero 1/12	51,67	37,50	30,50
Décimo Cuarto SBU/12	30,50	30,50	30,50
Vacaciones 1/24	25,83	18,75	15,25
Aporte patronal 11.15%	69,13	50,18	40,81
Aporte IECE 0,5%	3,1	2,25	1,83
Aporte CECAP 0,5%	3,1	2,25	1,83
Remuneración unificada	803,33	591,43	486,72
Nro. De personas	1	1	1
Total Mensual	803,33	591,43	486,72
Total anual	9.639,96	7.097,10	5.840,63

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

NOTA: A partir del segundo año se paga fondos de reserva

MATERIALES DIRECTOS

Para determinar los materiales directos, primeramente se ha calculado las cantidades de materia prima e ingredientes para producir arreglos florales.

Cuyo detalle es el siguiente:

CUADRO 48

Presupuesto de Materia Prima Directa

DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Rosas	dec.	135	9,2	1242
Claveles	dec.	135	8,3	1120,5
Tulipanes	dec.	135	6,1	823,5
Azucenas	dec.	135	5,8	783
Follaje	unid.	68	0,68	46,24
Bases	unid.	13517	0,8	10813,6
Cintas de colores	rollos	104	2,1	218,4
TOTAL 1er. año				15.047,24

ELABORACIÓN: La Autora

FUENTE: Flores del Sur Cuenca

CUADRO 49

Presupuesto de Materia Prima Directa año 2 (14.362 arreglos florales)

DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Rosas	dec.	143	9,65	1.380,59
Claveles	dec.	143	8,71	1.245,53
Tulipanes	dec.	143	6,40	915,39
Azucenas	dec.	143	6,09	870,37
Follaje	unid.	77	0,71	54,95
Bases	unid.	14362	0,84	12.057,19
Cintas de colores	rollos	115	2,20	253,43
TOTAL 2do. año				16.777,45

ELABORACIÓN: La Autora

FUENTE: Cuadro de Capacidad Utilizada y tasa de inflación para precios

CUADRO 50**Presupuesto de Materia Prima Directa año 3 (15.206 arreglos florales)**

DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Rosas	dec.	152	10,13	1.539,26
Claveles	dec.	152	9,14	1.389,32
Tulipanes	dec.	152	6,72	1.020,86
Azucenas	dec.	152	6,39	971,41
Follaje	unid.	81	0,75	60,35
Bases	unid.	15206	0,88	13.404,03
Cintas de colores	rollos	121	2,31	279,35
TOTAL 3er. año				18.664,58

ELABORACIÓN: La Autora**FUENTE:** Cuadro de Capacidad Utilizada y tasa de inflación para precios,**NOTA:** A partir del cuarto año se utiliza únicamente la tasa de inflación**MATERIALES INDIRECTOS**

Los materiales indirectos a requerirse en el proceso de producción son los siguientes.

CUADRO 51**PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Grapas	1.235,00	0,21	259,35
Etiquetas	13.517,00	0,04	540,68
Alambre de amarre	128	0,55	70,4
TOTAL			870,43

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO 52**Presupuesto de Materia Prima Indirecta año 2 (14.362 arreglos florales)**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Grapas	1.345	0,22	296,40
Etiquetas	14.362	0,04	602,86
Alambre de amarre	131	0,58	75,61
TOTAL Año 2			974,87

ELABORACIÓN: La Autora

FUENTE: Cuadro de Capacidad Utilizada y tasa de inflación para precios,

NOTA: A partir del cuarto año se utiliza únicamente la tasa de inflación

CUADRO 53**Presupuesto de Materia Prima Indirecta año 3 (15.206 arreglos florales)**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Grapas	1.366	0,23	315,37
Etiquetas	15.206	0,05	797,86
Alambre de amarre	133	0,61	80,95
TOTAL Año 3			1194,18

ELABORACIÓN: La Autora

FUENTE: Cuadro de Capacidad Utilizada y tasa de inflación para precios,

NOTA: A partir del cuarto año se utiliza únicamente la tasa de inflación

CUADRO 54
GASTOS GENERALES

CONCEPTO	1er. MES	1er. AÑO V/TOTAL
Suministros de Aseo	15,00	180,00
Útiles de Oficina	20,00	240,00
Energía Eléctrica	35,00	420,00
Agua	20,00	240,00
Teléfono	35,00	420,00
Mantenimiento	75,00	900,00
TOTAL	200,00	2.400,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Amortización de activos diferidos.- Comprende la amortización de todos aquellos desembolsos por bienes intangibles cuya utilidad y beneficio se supone corresponde a varios periodos y son requeridos para la puesta en marcha del proyecto, que para el presente proyecto los amortizamos para 10 años.

CUADRO 55
AMORTIZACIÓN DIFERIDO

CONCEPTO	VALOR TOTAL	AÑOS 1 a 10
ACTIVO DIFERIDO	3.549,00	354,90

Fuente: Cuadro 43

Elaboración: La Autora

GASTOS DE VENTAS.

Los gastos de ventas son los que intervienen en la comercialización del producto, en el presente caso la empresa utilizará únicamente la promoción y publicidad descrita en el Estudio Técnico, para lo cual se considera el valor de \$17.256,48

CUADRO 56
GASTOS DE VENTAS

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	65	780
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	80	960
PERSONAL DE VENTAS	486,72	5840,64
TOTAL	631,72	7.580,64

Fuente: Cuadro 47, 48 y 49

Elaboración: La Autora

Gastos de Promoción y Publicidad.- Se considera todos los gastos de promoción y gastos publicitarios para el funcionamiento y puesta en marcha del proyecto.

CUADRO 57
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
Publicaciones Prensa escrita	65	780
TOTAL	65,00	780,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES.

Se presupuesta para el pago de combustibles y lubricantes para el vehículo.

CUADRO 58
COMBUSTIBLES Y LIBRICANTES

CONCEPTO	1er. MES	AÑO 1
Combustibles y lubricantes	80,00	960,00
TOTAL	80,00	960,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

PERSONAL DE VENTAS

CUADRO 59
PERSONAL DE VENTAS

DETALLE	CANTIDAD
Vendedor	1

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO 60
ROL DE PAGOS PERSONAL DE VENTAS

RUBRO/PUESTOS	VENDEDOR
Básico	366
Décimo Tercero 1/12	30,50
Décimo Cuarto SBU/12	30,50
Vacaciones 1/24	15,25
Aporte patronal 11.15%	40,81
Aporte IECE 0,5%	1,83
Aporte CECAP 0,5%	1,83
Remuneración unificada	486,72
Nro. De personas	1
Total Mensual	486,72
Total anual	5.840,63

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

NOTA: A partir del segundo año se paga fondos de reserva

El detalle por rubros de las inversiones se puede observar en el siguiente cuadro.

CUADRO 61
RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

DENOMINACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR
Materia Prima Directa	1.253,94	15.047,24
Mano de Obra Directa	941,52	11.298,26
Materia Prima Indirecta	72,54	870,43
Sueldos Administrativos	1.881,48	22.577,76
Gastos Generales de Administración	200,00	2.400,00
Gastos de Ventas	631,72	7.580,64
Imprevistos 5%	249,06	2.988,72
TOTAL	5.230,25	62.763,05

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO 62
INVERSIONES DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	Nº CUADRO	VALOR USD	%
<u>ACTIVOS FIJOS:</u>			
Instalaciones y Adecuación	Cuadro 42	8.000,00	
Herramientas	Cuadro 42	330,00	
Vehículo	Cuadro 42	19.000,00	
Mobiliario de Planta	Cuadro 42	1.130,00	
Mobiliario de Administración y Ventas	Cuadro 42	2.244,00	
Equipo de Administración y Ventas	Cuadro 42	410,00	
Equipos de Computación	Cuadro 42	1.800,00	
Imprevistos 5%	Cuadro 42	1.645,70	
Subtotal:		34.559,70	79,74
<u>ACTIVOS DIFERIDOS:</u>			
Elaboración del proyecto	Cuadro 43	2.100,00	
Gastos de Constitución Legal	Cuadro 43	500,00	
Impuestos Municipales	Cuadro 43	400,00	
Marcas y patentes	Cuadro 43	380,00	
Imprevistos 5%	Cuadro 43	169,00	
Subtotal:		3.549,00	8,19
<u>CAPITAL DE TRABAJO (Un mes)</u>			
Materia Prima Directa	Cuadro 61	1.253,94	
Mano de Obra Directa	Cuadro 61	941,52	
Materia Prima Indirecta	Cuadro 61	72,54	
Sueldos Administrativos	Cuadro 61	1.881,48	
Gastos de Administración	Cuadro 61	200,00	
Gastos de Ventas	Cuadro 61	631,72	
Imprevistos 5%	Cuadro 61	249,06	
Subtotal:		5.230,25	12,07
TOTAL:		43.338,95	100,00

ELABORACIÓN: La Autora

Las inversiones totales del proyecto suman un valor de \$ 43.338,95 dólares. De este total el activo fijo significa el 79,74%, el diferido representa el 8,19% y el capital de trabajo le corresponde el 12,07%.

CUADRO 63
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	20.000,00	46,15
Capital social	23.338,95	53,85
TOTAL:	43.338,95	100,00

ELABORACIÓN: La Autora

El financiamiento del proyecto será con aportes propios de los inversionistas por un valor de \$ 23.338,95 dólares y con un crédito de la Corporación Financiera Nacional por un valor de \$ 20.000 dólares.

El crédito a solicitarse será para un plazo de 10 años, con el 15% de Tasa Activa Efectiva Referencial Comercial, que tiene la CFN para la creación de empresas.

COSTOS E INGRESOS

COSTOS

El proceso de producción comprende una serie de gastos y costos, cuya sumatoria corresponde al costo total de producción. El objeto de presupuestar los costos totales de producción es con la finalidad de

calcular los costos unitarios de producción, mismos que permiten establecer el precio de venta a nivel de fábrica.

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

El presupuesto de operación está integrado por el costo primo que comprende la materia prima y mano de obra directa; los costos generales de producción, costos de operación y financieros.

Lo presupuestario de estos costos requieren ser proyectados para la vida útil estimada del proyecto, por lo que se debe considerar dicha proyección tomando en cuenta la tasa de inflación anual que el INEC haya oficialmente calculado, de acuerdo a la situación económica y perspectivas del periodo en el cual se va a realizar este presupuesto.

Para el efecto se ha considerado una tasa de inflación del 4,94% acumulada del año 2015. En el siguiente cuadro se presenta este presupuesto.

CUADRO 64
PRESUPUESTO DE OPERACIÓN GENERAL

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materia Prima Directa	15.047,24	16.777,24	18.664,58	19.586,61	20.554,19	21.569,57	22.635,10	23.753,28	24.926,69	26.158,07
Materia Prima Indirecta	870,43	974,87	1.194,18	1.253,17	1.315,08	1.380,04	1.448,22	1.519,76	1.594,84	1.673,62
Mano de Obra Directa	11.681,26	12.258,31	12.863,87	13.499,35	14.166,22	14.866,03	15.600,41	16.371,07	17.179,80	18.028,48
Total costo primo	27.598,93	30.010,42	32.722,63	34.339,13	36.035,49	37.815,64	39.683,73	41.644,11	43.701,33	45.860,17
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Depreciación de Inst. y Adec.	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720
Depreciación de Herramientas	29,7	29,7	29,7	29,7	29,7	29,7	29,7	29,7	29,7	29,7
Depreciación de vehiculo	3420	3420	3420	3420	3420	4352	4352	4352	4352	4352
Combustibles y lubricantes	960	1.007,42	1.057,19	1.109,42	1.164,22	1.221,73	1.282,09	1.345,42	1.411,89	1.481,63
Amortización de activos diferidos	354,90	354,90	354,90	354,90	354,90	354,90	354,90	354,90	354,90	354,90
Total Carga para Fabricación	5.484,60	5.532,02	5.581,79	5.634,02	5.688,82	6.678,33	6.738,69	6.802,02	6.868,49	6.938,23
GASTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	22.577,76	23.693,10	24.863,54	26.091,80	27.380,73	28.733,34	30.152,77	31.642,32	33.205,45	34.845,80
Depreciación equipos de oficina	36,90	36,90	36,90	36,90	36,90	36,90	36,90	36,90	36,90	36,90
Depreciación de Muebles y Ens.	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6	201,6
Gastos Generales de Adm.:										
Suministros de Aseo	180	188,89	198,22	208,02	218,29	229,08	240,39	252,27	264,73	277,81
Útiles de Oficina	240	251,86	264,30	277,35	291,06	305,43	320,52	336,36	352,97	370,41
Energía Eléctrica	420	440,75	462,52	485,37	509,35	534,51	560,91	588,62	617,70	648,21
Agua	240	251,86	264,30	277,35	291,06	305,43	320,52	336,36	352,97	370,41
Teléfono	420	440,75	462,52	485,37	509,35	534,51	560,91	588,62	617,70	648,21
Mantenimiento y Reparación.	900	944,46	991,12	1.040,08	1.091,46	1.145,38	1.201,96	1.261,33	1.323,64	1.389,03
Depreciación Equip. Computación	400,02	400,02	400,02	462,28	462,28	462,28	534,23	534,23	534,23	617,38
Depreciación Muebles de oficina y plan	101,7	101,7	101,7	101,7	101,7	101,7	101,7	101,7	101,7	101,7
Total gastos administrativos	25.717,98	26.951,88	28.246,74	29.667,82	31.093,77	32.590,16	34.232,42	35.880,30	37.609,59	39.507,46
VENTAS										
Publicidad y propaganda	780,00	818,53	858,97	901,40	945,93	992,66	1.041,70	1.093,16	1.147,16	1.203,83
Combustibles y lubricantes	960,00	1.007,42	1.057,19	1.109,42	1.164,22	1.221,73	1.282,09	1.345,42	1.411,89	1.481,63
Personal de ventas	5.840,63	6.129,16	6.431,94	6.749,68	7.083,11	7.433,01	7.800,21	8.185,54	8.589,90	9.014,24
Total gastos de ventas	6.620,63	6.947,69	7.290,90	7.651,08	8.029,04	8.425,67	8.841,90	9.278,69	9.737,06	10.218,07
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	2.925,00	2.625,00	2.325,00	2.025,00	1.725,00	1.425,00	1.125,00	825,00	525,00	225,00
Total gastos financieros	2.925,00	2.625,00	2.325,00	2.025,00	1.725,00	1.425,00	1.125,00	825,00	525,00	225,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	68.347,14	72.067,02	76.167,07	79.317,04	82.572,11	86.934,80	90.621,74	94.430,12	98.441,47	102.748,94

Elaboración: La Autora

Fuente: Cuadro N° 63

Para el primer año de funcionamiento del proyecto el presupuesto de operación suma un valor de \$ 68.347,14, y en el décimo año el valor estimado asciende a \$ 102.748,94.

COSTOS UNITARIOS

Los costos unitarios se obtienen al dividir el presupuesto de operación de cada periodo, para el volumen de producción. Para calcular el costo unitario en el primer año, se sigue el siguiente procedimiento.

COSTOS UNITARIOS

Presupuesto de Operación (Año 1)
COSTO UNITARIO =
Capacidad Utilizada (Año 1)

68.347,14

=

13.517

= 5,06

El costo unitario de producción de la planta ornamental resulta ser de \$5,06 para el primer año.

Similar procedimiento se sigue para calcular los costos unitarios de los demás años.

En el cuadro siguiente se indica se presenta los costos unitarios para los diez años de vida útil del proyecto.

INGRESOS

El precio de venta ha sido estimado adicionando al costo unitario de producción del 25% de margen de utilidad, considerando que este margen brindará a los inversionistas una rentabilidad aceptable para sus capitales. Además se ha tomado en cuenta que el precio de venta es competitivo con productos similares o sucedáneos en el mercado.

$$\boxed{\text{COSTO UNITARIO}} + \boxed{\text{MARGEN UTILIDAD O BENEFICIO DE LA EMPRESA}} = \boxed{\text{PRECIO DE SALIDA}}$$

$$\boxed{\begin{array}{l} \text{COSTO UNITARIO} \\ \text{AÑO 1} = \$5,06 \end{array}} + \boxed{\begin{array}{l} \text{MARGEN UTILIDAD} \\ = 25\% \end{array}} = \boxed{\text{PVP} = \$6,3}$$

Los ingresos son el resultado de multiplicar los precios de venta a nivel de empresa por los volúmenes de producción de cada periodo.

Los ingresos de cada periodo se pueden observar en el siguiente cuadro, de acuerdo al programa de producción.

**CUADRO 65
INGRESOS TOTALES**

AÑO	COSTOS	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	UTILIDAD	INGRESOS
1	68.347,14	13.517	5,06	6,3	85.433,93
2	72.067,02	14.362	5,02	6,3	90.083,77
3	76.167,07	15.206	5,01	6,3	95.208,84
4	79.317,04	15.206	5,22	6,5	99.146,31
5	82.572,11	15.206	5,43	6,8	103.215,14
6	86.934,80	15.206	5,72	7,1	108.668,50
7	90.621,74	15.206	5,96	7,4	113.277,17
8	94.430,12	15.206	6,21	7,8	118.037,66
9	98.441,47	15.206	6,47	8,1	123.051,83
10	102.748,94	15.206	6,76	8,4	128.436,17

FUENTE: Cuadro 33 y 64

ELABORACIÓN: La Autora

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los costos totales generalmente se los clasifican o subdividen en costos fijos y costos variables.

Los costos fijos se definen como aquellos que permanecen sin variación, aunque aumente o disminuya el volumen de producción. Los costos variables varían de acuerdo con el aumento o disminución de la producción.

CUADRO 66
CLASIFICACIÓN DE COSTOS

COSTO PRIMO	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C. FIJOS	C. VARIABL.	C. FIJOS	C. VARIABL.	C. FIJOS	C. VARIABL.
Materia Prima Directa		15.047,24		20.554,19		26.158,07
Materia Prima Indirecta		870,43		1.315,08		1.673,62
Mano de Obra Directa		11.681,26		14.166,22		18.028,48
Total costo primo	0,00	27.598,93	0,00	36.035,49	0,00	45.860,17
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Depreciación de Cons. y Adec.	720		720		720	
Depreciación de Herramientas	29,7		29,7		29,7	
Depreciación de vehiculo	3420		3420		4352	
Combustibles y lubricantes	960		1.164,22		1.481,63	
Amortización de activos diferidos	354,90		354,90		354,90	
Total Carga para Fabricación	5.484,60	0,00	5.688,82	0,00	6.938,23	0,00
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	22.577,76		27.380,73		34.845,80	
Depreciación equipos de oficina	36,90		36,90		36,90	
Depreciación de Muebles y Ens.	201,6		201,6		201,6	
Gastos Generales de Adm.:						
Suministros de Aseo	180		218,29		277,81	
Útiles de Oficina	240		291,06		370,41	
Energía Eléctrica	420		509,35		648,21	
Agua		240,00		291,06		370,41
Teléfono	420		509,35		648,21	
Mantenimiento y Reparación.	900		1091,46		1389,03	
Depreciación Equip. Computación	400,02		462,28		617,38	
Depreciación Muebles de oficina y planta	101,7		101,7		101,7	
Total gastos administrativos	25.477,98	240,00	30.802,71	291,06	39.137,05	370,41
VENTAS						
Publicidad y propaganda	780,00		945,93		1.203,83	
Combustibles y lubricantes	960,00		1.164,22		1.481,63	
Personal de ventas	5.840,63		7.083,11		9.014,24	
Total gastos de ventas	6.620,63	0,00	8.029,04	0,00	10.218,07	
FINANCIEROS						
Intereses por préstamo	2.925,00		1.725,00		225,00	
Total gastos financieros	2.925,00		1.725,00		225,00	
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	40.508,21	27.838,93	46.245,57	36.326,54	56.518,35	46.230,58
FUENTE: Cuadro 65						
ELABORACIÓN: La Autora						

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias o también denominado rentas y gastos es un documento en el cual se presenta la proyección de los ingresos y deducciones como costos, reparto de utilidades, impuestos, reserva legal, entre otros.

Tiene como objetivo el de estimar las utilidades o pérdidas que pueden generarse en los años de vida útil del proyecto. En el proyecto el procedimiento que se ha seguido para determinar las ganancias o utilidades en cada uno de los años es el siguiente:

CUADRO 67
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	85433,93	90083,77	95208,84	99146,31	103215,14	108668,50	113277,17	118037,66	123051,83	128436,17
(-) Costo Total	68.347,14	72067,02	76167,07	79317,04	82572,11	86934,80	90621,74	94430,12	98441,47	102748,94
(=) Utilidad Bruta Ventas	17.086,79	18.016,75	19.041,77	19.829,26	20.643,03	21.733,70	22.655,43	23.607,53	24.610,37	25.687,23
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	2.563,02	2.702,51	2.856,27	2.974,39	3.096,45	3.260,06	3.398,32	3.541,13	3.691,55	3.853,09
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	14.523,77	15.314,24	16.185,50	16.854,87	17.546,57	18.473,65	19.257,12	20.066,40	20.918,81	21.834,15
(-) 22% Impuesto a la renta	3.195,23	3.369,13	3.560,81	3.708,07	3.860,25	4.064,20	4.236,57	4.414,61	4.602,14	4.803,51
(=) Utilidad Neta	11.328,54	11.945,11	12.624,69	13.146,80	13.686,33	14.409,44	15.020,55	15.651,79	16.316,67	17.030,64
(-) 10% reserva Legal	1.132,85	1.194,51	1.262,47	1.314,68	1.368,63	1.440,94	1.502,06	1.565,18	1.631,67	1.703,06
(=) Utilidad Líquida	10.195,68	10.750,60	11.362,22	11.832,12	12.317,70	12.968,50	13.518,50	14.086,61	14.685,01	15.327,57

FUENTE: Cuadro 64 y 65
ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se define como el nivel de ingresos o de operación en el cual la empresa no tendrá ni utilidades ni pérdidas. El punto de equilibrio se calcula mediante dos métodos: matemáticamente y gráficamente.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

1) MÉTODO MATEMÁTICO

MATEMÁTICAMENTE:

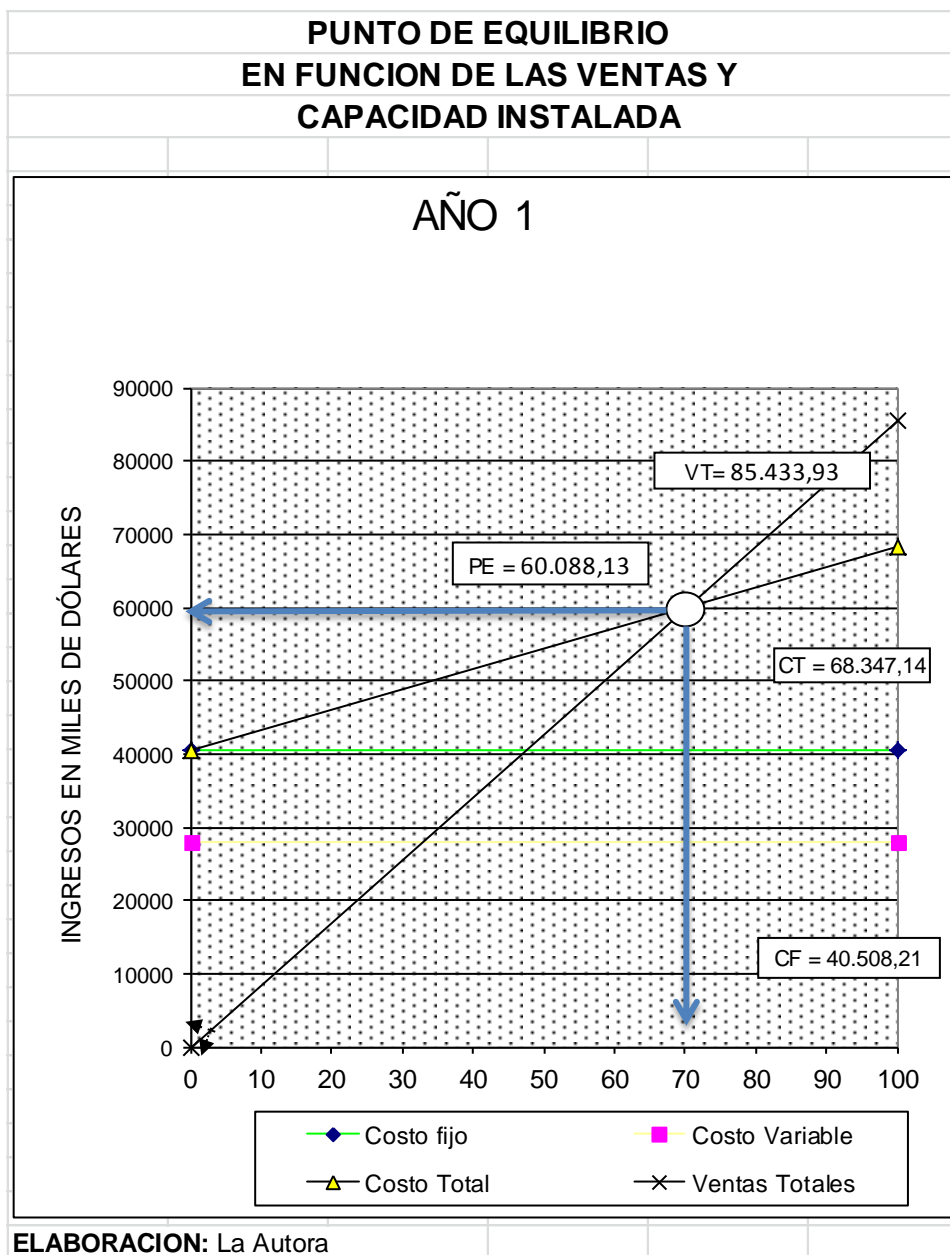
* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{40.508,21}{85.433,93 - 27.838,93} * 100 = \mathbf{70,33\%}$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{40.508,21}{1 - \frac{27.838,93}{85.433,93}} = \mathbf{60.088,13}$$

2) MÉTODO GRÁFICO



La empresa encontrara su punto de equilibrio cuando produzca con el 70,33% de su capacidad instalada y cuando venda 60.088,13 dólares.

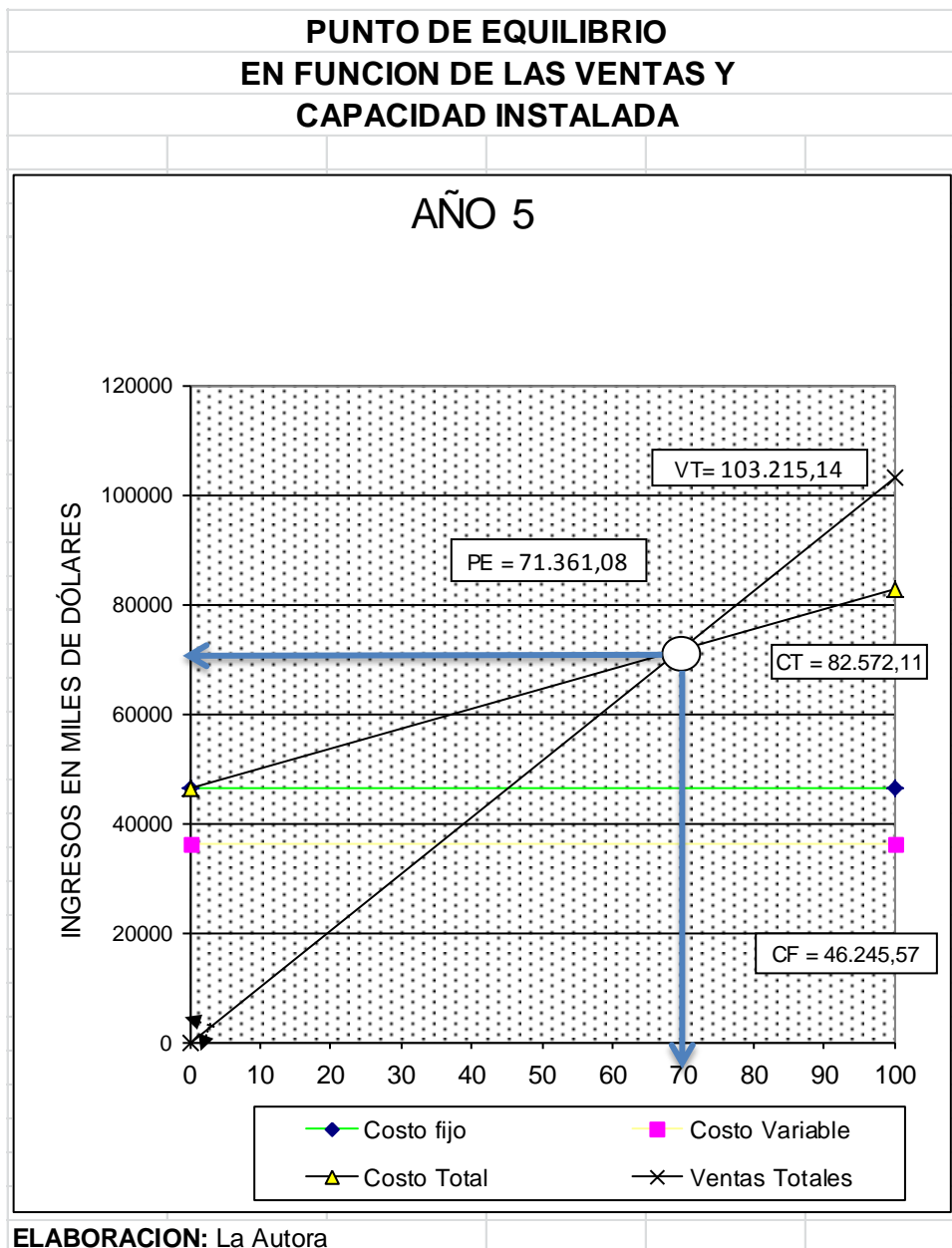
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO**1) MÉTODO MATEMÁTICO****MATEMÁTICAMENTE:***** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{46.245,57}{103.215,14 - 36.326,54} * 100 = \mathbf{69,14\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{46.245,57}{1 - \frac{36.326,54}{103.215,14}} = \mathbf{71.361,08}$$

2) MÉTODO GRÁFICO



La empresa encontrara su punto de equilibrio cuando produzca con el 69,14% de su capacidad instalada y cuando venda 71.361,08 dólares.

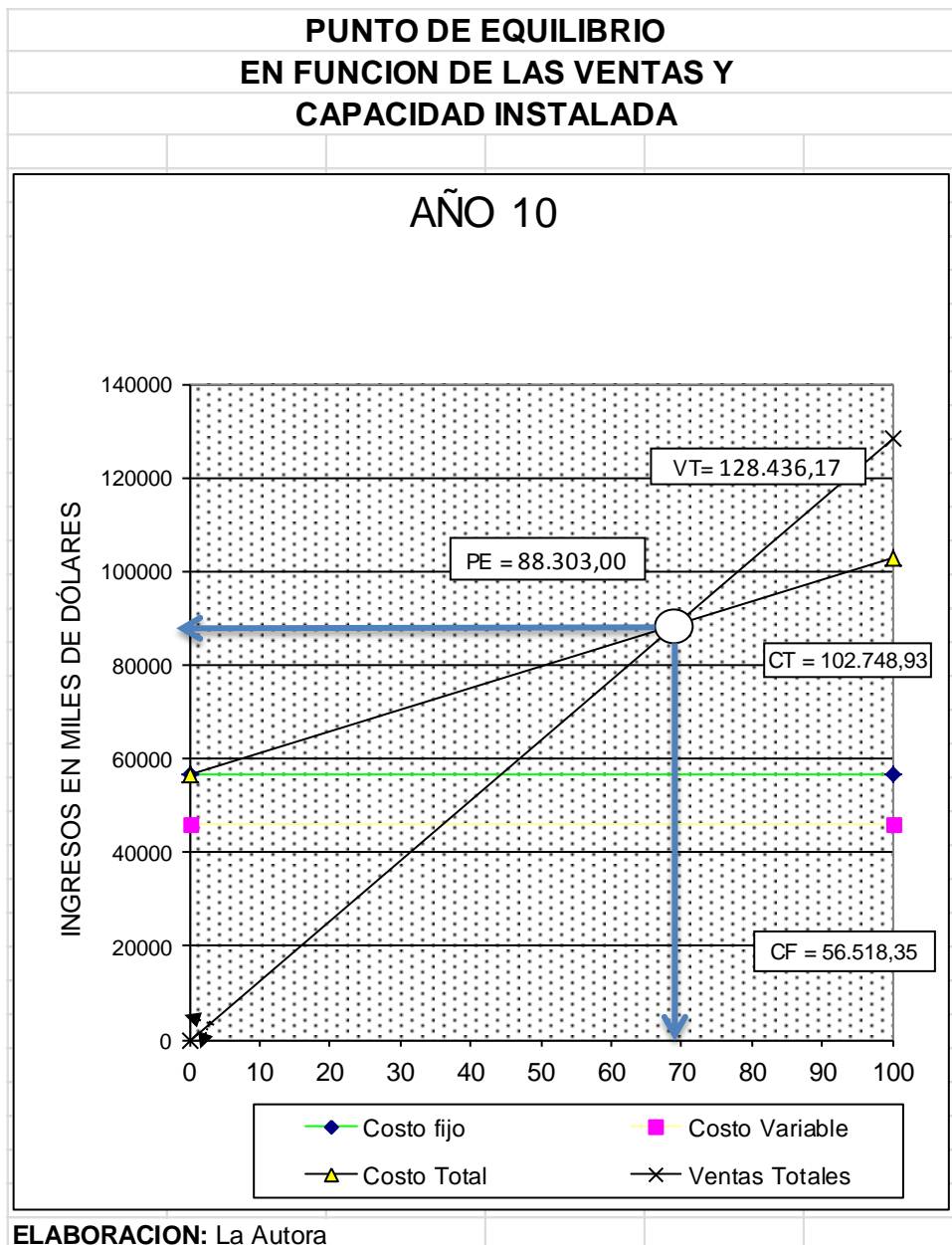
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL DÉCIMO AÑO**1) MÉTODO MATEMÁTICO****MATEMÁTICAMENTE:***** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{56.518,35}{128.436,17 - 46.230,58} * 100 = \mathbf{68,75\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{56.518,35}{1 - \frac{46.230,58}{128.436,17}} = \mathbf{88.303,00}$$

2) MÉTODO GRÁFICO



La empresa encontrara su punto de equilibrio cuando produzca con el 68,75% de su capacidad instalada y cuando venda 88.303,00 dólares.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Para evaluar el proyecto se aplican algunos indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Período de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

En base a los resultados obtenidos se podrá determinar la rentabilidad o viabilidad financiera del proyecto, estableciéndose conclusiones definitivas que permitirán la adopción de decisiones sobre la puesta en marcha o no del proyecto.

Esta fase del proyecto es una de las más importantes y decisivas, por lo que deberá realizarse un análisis preciso de cada uno de los indicadores.

FLUJO DE CAJA

Los flujos de caja para cada año se calculan de la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales de cada año. Los ingresos representan las ventas de la producción de gelatina dietética y el valor residual al término de la vida útil de los activos fijos; los egresos en

cambio serán el presupuesto de operación (menos las depreciaciones, la amortización de los activos diferidos y del capital), el reparto de utilidades, impuesto a la renta y la reserva legal.

El flujo de caja para el primer año es de \$ 21.233,67. En el décimo año será de \$ 30.762,17.

Cuadro 68
FLUJO DE CAJA

AÑOS / DETALLES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS											
Capital propio	23.338,95										
Préstamo Bancario	20.000,00										
Ventas		85433,93	90083,77	95208,84	99146,31	103215,14	108668,50	113277,17	118037,66	123051,83	128436,17
Valor Residual				599,94		1.900,00	693,31			801,22	8549,41
TOTAL INGRESOS	43.338,95	85.433,93	90.083,77	95.808,78	99.146,31	105.115,14	109.361,81	113.277,17	118.037,66	123.853,05	136.985,58
EGRESOS											
Activo Fijo	34.559,70										
Activo Diferido	3.549,00										
Activos circulantes	5.230,25										
Costo de Producción		68.347,14	72.067,02	76.167,07	79.317,04	82.572,11	86.934,80	90.621,74	94.430,12	98.441,47	102.748,94
Reinversiones					2.080,15		24180,14	2.403,91			2778,06
Amortización de capital		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
TOTAL EGRESOS	43.338,95	70.347,14	74.067,02	78.167,07	83.397,19	84.572,11	113.114,94	95.025,65	96.430,12	100.441,47	107.527,00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		15.086,79	16.016,75	17.641,71	15.749,11	20.543,03	-3.753,13	18.251,52	21.607,53	23.411,59	29.458,58
(-) 15% Utilidad Trabajadores		2263,02	2402,51	2646,26	2362,37	3081,45	-562,97	2737,73	3241,13	3511,74	4418,79
UTILIDAD ANT. IMPUESTO		12.823,77	13.614,24	14.995,45	13.386,74	17.461,57	-3.190,16	15.513,80	18.366,40	19.899,85	25.039,80
(-) 22% Impuesto a la renta		2821,23	2995,13	3299,00	2945,08	3841,55	-701,84	3413,04	4040,61	4377,97	5508,76
UTILIDAD LIQUIDA		10.002,54	10.619,11	11.696,45	10.441,66	13.620,03	-2.488,32	12.100,76	14.325,79	15.521,88	19.531,04
Amortización Diferidos		354,9	354,9	354,9	354,9	354,9	354,9	354,9	354,9	354,9	354,9
Depreciaciones		10.876,23	10.876,23	10.876,23	10.876,23	10.876,23	10.876,23	10.876,23	10.876,23	10.876,23	10.876,23
UTILIDAD NETA		21.233,67	21.850,24	22.927,58	21.672,79	24.851,16	8.742,81	23.331,89	25.556,92	26.753,01	30.762,17
FUJO NETO DE CAJA	0	21.233,67	21.850,24	22.927,58	21.672,79	24.851,16	8.742,81	23.331,89	25.556,92	26.753,01	30.762,17

ELABORACIÓN: La Autora

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es el valor monetario resultante de la diferencia entre la suma de los flujos de caja descontados y la inversión inicial del proyecto. La tasa utilizada para descontar los flujos es la tasa de interés del crédito solicitado al Banco de Fomento, que en el proyecto es del 15%, de acuerdo con el Boletín para el mes de mayo de 2015.

Para actualizar los flujos de caja se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{FACTOR DE ACTUALIZACIÓN} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Los criterios de decisión son los siguientes:

- a) Si el VAN es positivo, se debe ejecutar el proyecto
- b) Si el VAN es cero, es indiferente la ejecución del proyecto.
- c) Si el VAN es negativo, se rechaza el proyecto.

El procedimiento que se ha seguido es a los flujos de caja se les aplica el factor de actualización, que es 15%, obteniéndose los valores actualizados, a este total se le resta la inversión del proyecto, dando como resultado el valor actual neto del proyecto, como se indica a continuación.

Cuadro 69
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	43.338,95		
1	21.233,67	0,869565217	18.464,06
2	21.850,24	0,756143667	16.521,92
3	22.927,58	0,657516232	15.075,26
4	21.672,79	0,571753246	12.391,49
5	24.851,16	0,497176735	12.355,42
6	8.742,81	0,432327596	3.779,76
7	23.331,89	0,37593704	8.771,32
8	25.556,92	0,326901774	8.354,60
9	26.753,01	0,284262412	7.604,88
10	30.762,17	0,247184706	7.603,94
			110.922,64
			43.338,95
			67.583,69

$$FA = 1 / (1 + i)^n$$

$$VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 110.922,64 - 43.338,95$$

$$VAN = \mathbf{67.583,69}$$

El VAN del proyecto, es de \$ 67.583,69 por lo que se debe ejecutar el proyecto.

Σ FNA= Sumatoria total del Valor Actualizado

VAN= Valor Actual Neto

FA= Factor de Actualización

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Se define la TIR como la tasa de descuento (tasa de interés) que determina que el valor actual de los flujos de caja sea igual al valor actual de los flujos de inversión. Los criterios para la toma de decisiones son los siguientes:

CUADRO 70
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 49,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 50,00%	VAN MAYOR
0			43.338,95		43.338,95
1	21.233,67	0,6711409396	14.250,78	0,6666666667	14.155,78
2	21.850,24	0,4504301608	9.842,01	0,4444444444	9.711,22
3	22.927,58	0,3023021213	6.931,06	0,2962962963	6.793,36
4	21.672,79	0,2028873298	4.397,13	0,1975308642	4.281,05
5	24.851,16	0,1361659931	3.383,88	0,1316872428	3.272,58
6	8.742,81	0,0913865726	798,98	0,0877914952	767,54
7	23.331,89	0,0613332702	1.431,02	0,0585276635	1.365,56
8	25.556,92	0,0411632686	1.052,01	0,0390184423	997,19
9	26.753,01	0,0276263548	739,09	0,0260122949	695,91
10	30.762,17	0,0185411777	570,37	0,0173415299	533,46
			57,37		-765,30

TIR =	Tm + Dt (VAN menor)
		VAN menor - VAN mayor	

$$TIR = 49 + 1,00 \left(\frac{57,37}{822,68} \right)$$

$$TIR = 49 + 1,00 (0,07)$$

$$TIR = 49 + 0,07 ($$

$$TIR = 49,07 \%$$

Lo que determina que el porcentaje que arroja el dinero en la empresa es mayor al costo de oportunidad siendo este del 49,07% mayor al porcentaje vigente en el presente.

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO (B/C)

La Relación Beneficio Costo es un indicador que mide el número de unidades monetarias que se obtendría por la inversión de una unidad.

Se calcula dividiendo los ingresos actualizados para los egresos actualizados del proyecto. El factor de actualización es la tasa del costo del capital, que es el 15%.

Los criterios de decisión son los siguientes.

- a) Si B/C es mayor que 1, se acepta el proyecto.
- b) Si B/C es igual a 1, es indiferente ejecutar el proyecto.
- c) Si B/C es menor que 1, se rechaza el proyecto.

El resultado encontrado es de 1,25 y según los criterios de decisión se acepta el proyecto. Se puede también interpretar este resultado de la siguiente forma: Que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de 0,25 dólares.

En el siguiente cuadro se presenta el procedimiento seguido para el cálculo de este indicador.

CUADRO 71
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	68347,14	0,8695652174	59432,30	85433,93	0,8695652174	74290,37
2	72067,02	0,7561436673	54493,02	90083,77	0,7561436673	68116,27
3	76167,07	0,6575162324	50081,08	95208,84	0,6575162324	62601,35
4	79317,04	0,5717532456	45349,78	99146,31	0,5717532456	56687,22
5	82572,11	0,4971767353	41052,93	103215,14	0,4971767353	51316,17
6	86934,80	0,4323275959	37584,31	108668,50	0,4323275959	46980,39
7	90621,74	0,3759370399	34068,07	113277,17	0,3759370399	42585,09
8	94430,12	0,3269017738	30869,38	118037,66	0,3269017738	38586,72
9	98441,47	0,2842624120	27983,21	123051,83	0,2842624120	34979,01
10	102748,94	0,2471847061	25397,97	128436,17	0,2471847061	31747,46
			406.312,04			507.890,05

$$R (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R (B/C) = \frac{507890,05}{406312,04}$$

$$R (B/C) = 1,25 \quad \text{Dólares}$$

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Con la aplicación de este indicador se puede determinar el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión inicial del proyecto. En el siguiente cuadro se presenta este procedimiento.

Cuadro 72
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL
(PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FACTOR ACUMULADO
0	(43338,95)		
1		21.233,67	
2		21.850,24	43.083,91
3		22.927,58	66.011,49
4		21.672,79	87.684,28
5		24.851,16	112.535,44
6		8.742,81	121.278,24
7		23.331,89	144.610,13
8		25.556,92	170.167,06
9		26.753,01	196.920,07
10		30.762,17	227.682,24
		227.682,24	

Permite conocer el tiempo que se va recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

Es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro ya que el dinero pierde su poder adquisitivo en el tiempo.

PRC =	Año anterior a cubrir la inversión +	$\frac{\text{INVERSIÓN - SUMA DE LOS PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$
PRC =	2	$\frac{43338,95 - 21850,24}{22927,58}$
PRC =	2,94	
		2 Años
	0,94 * 12 =	11,25 11 Meses
	0,25 * 30 =	7,41 7 Días

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este análisis permite conocer cuáles serán los porcentajes que el proyecto puede soportar de incremento en los costos totales y de disminución en los ingresos, bajo el supuesto de que llegue a ocurrir en el futuro, si se toma en cuenta que la situación económica es variable en el país. Para evaluar los coeficientes de sensibilidad se debe considerar los siguientes criterios.

- Si el coeficiente es menor que 1, el proyecto no es sensible.
- Si el coeficiente es igual a 1, no existe ningún cambio en el proyecto.
- Si el coeficiente es mayor que 1, el proyecto es sensible.

INCREMENTO DEL 5,4% EN LOS COSTOS

Si los costos totales aumentaran en un 5,4% se obtiene un coeficiente de sensibilidad de 0,99 lo que significa que el proyecto no es sensible ante este cambio.

DISMINUCIÓN DEL 4,3% EN LOS INGRESOS

Si los ingresos disminuyeran en un 4,3% el coeficiente de sensibilidad es de 0,99 lo cual quiere decir que el proyecto no es sensible ante esta variación.

En los cuadros siguientes se presentan los cálculos y procedimientos desarrollados.

CUADRO 74

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 4,3 %

PERIODO	COSTO	INGRESO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	DISMINUIDO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	4,30%	ORIGINAL	NETO	33,00%	MENOR	34,00%	MAYOR
0						43.338,95		43.338,95
1	68.347,14	81.760,27	85.433,93	13.413,13	0,7518796992	10.085,06	0,7462686567	10.009,80
2	72.067,02	86.210,17	90.083,77	14.143,15	0,5653230821	7.995,45	0,5569169080	7.876,56
3	76.167,07	91.114,86	95.208,84	14.947,79	0,4250549490	6.353,63	0,4156096328	6.212,44
4	79.317,04	94.883,01	99.146,31	15.565,97	0,3195901872	4.974,73	0,3101564424	4.827,89
5	82.572,11	98.776,89	103.215,14	16.204,78	0,2402933738	3.893,90	0,2314600317	3.750,76
6	86.934,80	103.995,76	108.668,50	17.060,96	0,1806717097	3.082,43	0,1727313669	2.946,96
7	90.621,74	108.406,25	113.277,17	17.784,52	0,1358433907	2.415,91	0,1289040052	2.292,50
8	94.430,12	112.962,04	118.037,66	18.531,91	0,1021378878	1.892,81	0,0961970188	1.782,71
9	98.441,47	117.760,60	123.051,83	19.319,14	0,0767954043	1.483,62	0,0717888200	1.386,90
10	102.748,94	122.913,41	128.436,17	20.164,48	0,0577409055	1.164,32	0,0535737463	1.080,29
						2,91		-1.172,15
$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right) = 33,00 + 1,00 \left(\frac{2,91}{1175,06} \right) = 33,00 \%$								
Diferencias TIR =				<i>Tir Proyecto - Nueva Tir</i>		49,07	- 33,00 =	16,07 %
Porcentaje de variación =				<i>Diferencia. Tir / Tir del proyecto</i>		16,07	/ 49,07 =	32,74%
Sensibilidad =				<i>Porcentaje de variación / Nueva Tir</i>		32,74	/ 33,00 =	0,9922

h. CONCLUSIONES

- De acuerdo con los resultados del Estudio de Mercado, la demanda total de arreglos florales para la ciudad de Yantzaza es de 84.822 arreglos florales, la oferta estimada es de 36.888 arreglos florales.
- La demanda insatisfecha es de 47.934 arreglos florales.
- La capacidad instalada será para producir 16.896 arreglos florales, la capacidad utilizada que tendrá la empresa en el primer año de funcionamiento será del 80% de la capacidad instalada, en el segundo año el 85% y a partir del tercer año el 90%.
- El monto total al que ascienden las inversiones es de \$ 38.669,04 dólares.
- El financiamiento del proyecto se estructura con los aportes de los socios \$ 23.338,95 y de un crédito al Banco de Fomento por la cantidad de \$ 20.000,00.
- El resultado de los indicadores es el siguiente: el VAN es \$ 67.583,69, la TIR 49,07%, la Relación Beneficio Costo 1,25. Del análisis de los indicadores calculados, se desprende que considerando el margen de utilidad de 25% el proyecto es factible de implementarse.

i. RECOMENDACIONES

- Con el financiamiento propuesto en el presente proyecto realizar la implementación del proyecto, de manera que se cristalice su ejecución para beneficio de los inversionistas y del progreso socioeconómico de los pobladores de la ciudad de Yantzaza.
- Adoptar las estrategias de marketing señaladas en la investigación a fin de viabilizar el cumplimiento de los objetivos y metas señalados en el proyecto.
- Considerar por parte de los inversionistas privados el presente estudio, puesto que garantiza una rentabilidad y un posicionamiento dentro del sector comercial de la ciudad de Yantzaza.
- Apoyar en la elaboración de este tipo de investigaciones por parte de las autoridades competentes, instituciones públicas y privadas, y ciudadanía en general, en razón que de ponerse en marcha se beneficiará al inversionista, así como a la generación de empleo.
- Se aspira que la presente investigación se constituya adicionalmente como fuente de consulta y en futuros estudios se actualicen, amplíen datos e información relacionada con este tema.

j. BIBLIOGRAFÍA

Acosta, A. (2011). *Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo*. México: Norma S. A.

Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Segunda Edición.

Bolten, S. (2011). *Administración Financiera*. México: Limusa.

Ettinger, K. (2013). *Administración y Productividad*. Bogotá: Hill.

Franklin, E. (2010). *Organización de Empresas*. México: Mc. Graw Hill.

Gonzalez, A. (2011). *El servicio ideal en el negocio de Lavado de Carro*. Bogotá: Universidad Javeriana.

Sapag, N. (2012). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Nassir.

k. ANEXOS

ANEXO N° 1

FICHA DE RESUMEN

TEMA.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FLORISTERIA CON SERVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE YANZATZA”

PROBLEMÁTICA

La provincia de Zamora Chinchipe, al igual que otras provincias no se aísla de los problemas económicos por los que atraviesa el Ecuador, esto debido al recorte presupuestario que ha dado.

De ahí que se reduce la inversión al sector económico de la provincia de Zamora Chinchipe, al no existir apoyo gubernamental en la creación de empresa, limitando a los posibles inversionistas al fomento y desarrollo.

No existen personas emprendedoras en la provincia de Zamora Chinchipe que inviertan sus capitales en la creación de microempresas, que permitan crear fuentes de trabajo.

La provincia de Morona Santiago cuenta con una variedad de flores, las mismas que no son aprovechadas para generar empresa como es el caso de la creación de una floristería, esta materia prima es llevada a otras

provincias como Pichincha y Guayas que luego de ello envían productos de la materia prima que aprovechan de la provincia de Zamora Chinchipe. Con estos antecedentes, considero atractiva la idea de emprender en un proyecto de inversión para la creación de una floristería con servicio a domicilio, ya que en nuestra localidad no existe una empresa que se dedique a esta actividad, conociendo exclusivamente que existen personas que se dedican a la venta de flores en forma informal, lo que motiva a aplicar los conocimientos adquiridos para llevar a efecto la constitución de una empresa que pueda cumplir a cabalidad con todas las especificaciones que este tipo de producto exige para su consumo, aprovechando que la propietaria tiene la buena disposición de colaborar con la información necesaria para llevar a cabo este objetivo.

Por ello se puede realizar un “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA FLORISTERIA CON SERVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE YANTZAZA”, dirigido a este sector. Que ofrezca servicios y costos accesibles a la ciudadanía. Y que estén diseñados acordes a la demanda y necesidad de los potenciales consumidores, respetando el entorno del sector. Ofertando productos de calidad y con un precio accesible al mercado.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al plantear el problema se evidencia la falta de apoyo gubernamental que existe en el Ecuador, que delimita a los nuevos emprendedores del país para que puedan crear una nueva empresa floristería; con la finalidad de generar trabajo y mejorar la economía de todo los colaboradores de la empresa; además el país no trabaja en incentivos para paliar la crisis que afecta al sector empresarial como consecuencia de la crisis económica mundial y nuestros esfuerzos como ecuatorianos están encaminados a lograr una empresa de calidad para mantener el liderazgo en el manejo sostenible empresarial; lo cual no ayuda para el crecimiento del sector empresarial a nivel de todo el país.

El problema del presente proyecto es “La Falta de Implementación de una floristería con servicio a domicilio en la ciudad de Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe, no permite el crecimiento económico de este sector”.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad de crear una floristería con servicio a domicilio en la ciudad de Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta del servicio.

- Efectuar el estudio técnico para determinar el tamaño del proyecto, infraestructura e implementos para la constitución de la empresa.
- Realizar el estudio organizacional para la puesta en marcha de la empresa, en base a procedimientos administrativos y legales.
- Determinar el estudio económico, a fin de conocer la inversión necesaria, los activos, el presupuesto, flujo de efectivo.
- Determinar la evaluación financiera del proyecto y determinar la factibilidad del proyecto, a través del VAN, TIR, R/BC, PRC y el Análisis de Sensibilidad.

METODOLOGÍA

MÉTODO DEDUCTIVO

Este método se lo utilizará para el desarrollo de encuesta, y para el análisis de la población a utilizar determinando el mejor método de muestreo para así obtener las conclusiones y recomendaciones de nuestro proyecto de investigación.

MÉTODO INDUCTIVO

El camino que propone el método inductivo es el que parte de aspectos particulares para llegar a generalizaciones, dicho de otra forma, de lo concreto a lo complejo, de lo conocido a lo desconocido. Es la vía primera de inferencias lógico deductivo para arribar a conclusiones

particulares a partir de los objetivos y que después se puedan comprobar experimentalmente.

Este método determinará la estructura de la problemática y en el planteamiento del problema sobre la falta de una floristería con entrega a domicilio.

MÉTODO ANALÍTICO

Este Método permitirá investigar primeramente temas generales relacionados con la Elaboración de proyectos, llegándose a obtener resultados particulares de cada caso como del estudio de mercado, del estudio técnico, estudio financiero, evaluación de proyectos, etc.

MÉTODO SINTÉTICO

Método que será aplicado en la Evaluación del proyecto donde se estudiará separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unirlos y obtener la determinación de la aceptación de la floristería con entrega a domicilio en la ciudad de Yantzaza.

MÉTODO ESTADÍSTICO

Este método se aplicará para reunir, organizar y analizar datos numéricos ya que ayuda a resolver problemas y representar gráficamente; a través de éste método se podrá medir los resultados obtenidos de la encuesta y así poder determinar el mayor porcentaje de los cuales permitirán

determinar el problema de determinar la factibilidad de crear una floristería con entrega a domicilio.

TÉCNICAS:

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA:

En lo que refiere a la recolección bibliográfica se utilizará libros, periódicos, revistas, copiados, etc., los mismos que mediante la técnica de fichas bibliográficas permitirán estructurar el marco teórico, el cual servirá de base para conocer a fondo el problema en estudio.

OBSERVACIÓN DIRECTA

Donde intervendrá la Encuesta a las personas que poseen floristerías en la ciudad Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe y otra encuesta población económicamente activa.

PROCEDIMIENTOS

A continuación se procederá a realizar la elaboración del formulario para aplicar la encuesta a los potenciales clientes de flores, para luego proceder al análisis e interpretación de los datos recolectados con el fin de obtener los elementos de juicio necesarios y técnicas del proyecto.

Con los datos que se obtendrá se efectuara los cálculos necesarios para determinar el monto de las inversiones. La manera de financiar las

operaciones. Así como la elaboración de los estados financieros y la evaluación del proyecto donde se demostrará su factibilidad.

Parte de la información secundaria que se necesitara para el análisis, se la encontrará en el INEC, censo del año 2010 de la población económicamente activa de la ciudad de Yantzaza.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El área de influencia comprende la población económicamente activa de la ciudad de Yantzaza que en el año 2010 es de 11.320 habitantes, con una tasa de crecimiento del 1,33%.

Formula de proyección

$$Pf = Pa (1+i)^n$$

Pf= Población futura

Pa= Población actual

i= Tasa de crecimiento

1= Valor nominal

n= Números de años

$$= 11.320(1+0.0133)^5$$

= 12.093 PEA de la ciudad de Yantzaza

Para el presente trabajo de investigación se aplicará el 95% de confiabilidad, lo que produce un 5% de error. Para determinar el tamaño de la muestra aplicaremos la siguiente formula:

FORMULA:

$$n = \frac{N}{1 + P(e)^2}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población

$$n = \frac{12.093}{1 + (0.05)^2(12.093)}$$

n = 387 encuestas aplicar al PEA de la ciudad de Yantzaza

ANEXO N°. 2**MODELO DE ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES****Pregunta N° 1.- ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?**

1 – 500	()
501 –1000	()
1001 – 1500	()
1501 – 2000	()
Más de 2000	()

Pregunta N° 2.- ¿Usted compra flores?

SI	()
NO	()

Pregunta N° 3.- ¿Le gustaría que se le entregue los arreglos florares a domicilio?

SI	()
NO	()

Pregunta N° 4.- ¿Si compra flores, dónde regularmente adquiere el producto?

FLORISTERIA	()
MERCADO	()

Pregunta N° 5.- ¿Cuántos arreglos florares, compra mensualmente?

1 a 2	()
3 a 4	()
Más de 4	()

Pregunta N° 6.- ¿Si en el cantón Yantzaza se implementara una floristería con servicio de entrega a domicilio estaría dispuesto hacer uso del servicio?

SI	()
NO	()

Pregunta N° 7.- ¿Cuál es el precio que pagaría por cada arreglo floral con servicio de entrega a domicilio?

De \$ 2,00 a \$ 6,00	()
\$ 6,01 a \$ 10,00	()
\$ 10,01 a \$ 14,00	()
Más de \$ 14,00	()

Pregunta N° 8.- ¿El precio está acorde a la calidad del producto que venden en el mercado?

SI	()
NO	()

Pregunta N° 9.- ¿Que toma en cuenta para adquirir un producto?

CALIDAD	()
PRECIO	()
PRESENTACIÓN	()
OTROS	()

Pregunta N° 10.- ¿En qué presentación le gustaría que fuera el arreglo floral?

FUNDA DE PLÁSTICO	()
EN CAJA DE MADERA	()
OTROS	()

Pregunta N° 11.- ¿Cuál de los siguientes medios de publicidad usted utiliza con mayor frecuencia para informarse?

TELEVISIÓN	()
RADIO	()
PRENSA ESCRITA	()
OTROS	()

Pregunta N° 12.- ¿Cuáles de las siguientes promociones le gustaría recibir cuando compre en la floristería?

RIFAS	()
DESCUENTOS	()
OBSEQUIOS	()
OTROS	()

Pregunta N° 13.- ¿Qué horarios acostumbra usted a ver los medios de comunicación?

MATUTINO	()
VESPERTINO	()
NOCTURNO	()

MODELO DE ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES

Pregunta N° 1.- ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?

FLORISTERIA	()
PUESTO DE VENTA DE FLORES	()

Pregunta N° 2.- ¿Vende en su negocio arreglos florales?

SI	()
NO	()

Pregunta N° 3.- ¿Cuáles son las flores que más se vende en su negocio?

ROSAS	()
CLAVELES	()
TULIPANES	()
AZUCENAS	()
OTROS	()

Pregunta N° 4.- ¿Cuál es el precio de venta por cada arreglo floral?

De \$ 2,00 a \$ 5,00	()
\$ 5,01 a \$ 8,00	()

\$ 8,01 a \$ 11,00	()
Más de \$ 11,00	()

Pregunta N° 5.- ¿Indique la cantidad de arreglos florales que vende mensualmente?

De 100 a 200	()
De 201 a 300	()
De 301 a 400	()
De 401 a 500	()
Más de 500	()

Pregunta N° 6.- ¿En Cuáles de los siguientes medios de publicidad realiza la promoción de sus productos?

TELEVISIÓN	()
RADIO	()
PRENSA ESCRITA	()
NINGUNO	()

Pregunta N° 7.- ¿Qué clase de promoción realiza por la venta de sus productos?

RIFAS	()
DESCUENTOS	()
OBSEQUIOS	()
NINGUNA	()

ANEXO N° 3
DEPRECIACIÓN DE INSTALACIONES Y ADECUACIONES

La maquinaria se deprecia en un 20% y tiene una vida útil de 10 años.

$$VR = 8.000 * 0.10 = 800$$

$$D = \frac{8.000 - 800}{10} = 720$$

ANEXO N° 4
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

Las herramientas se deprecian en un 10% y tiene una vida útil de 10 años.

$$VR = 330 * 0.10 = 33,00$$

$$D = \frac{330 - 33}{10} = 29,70$$

ANEXO Nº 5**DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

El Mobiliario se deprecia en un 10% y tiene una vida útil de 10 años.

$$VR = 2.240,00 * 10\% = 224,00$$

$$D = \frac{2.240,00 - 224,00}{10,00}$$

$$D = 201,60$$

ANEXO Nº 6**DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA**

El Mobiliario se deprecia en un 10% y tiene una vida útil de 10 años.

$$VR = 410 * 10\% = 41,00$$

$$D = \frac{410,00 - 41,00}{10,00}$$

$$D = 36,90$$

ANEXO Nº 7
DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO DE PLANTA

El Mobiliario se deprecia en un 10% y tiene una vida útil de 10 años.

$$VR = 1.130 * 10\% = 113,00$$

$$D = \frac{1.130 - 113,00}{10,00}$$

$$D = 101,70$$

ANEXO Nº 8
DEPRECIACIÓN VEHÍCULO

El Vehículo se deprecia en un 10% y tiene una vida útil de 5 años.

$$VR = 19000,00 * 10\% = 1.900,00$$

$$D = \frac{19.000,00 - 1.900,00}{5}$$

$$D = 3.420,00$$

REINVERSIÓN VEHÍCULOS

AÑO	VALOR
1	19.000,00
2	19.938,60
3	20.923,57
4	21.957,19
5	23.041,88
6	24.180,14

Fuente: Banco Central del Ecuador (Inflación 4,94 año 2015)

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIÓN REINVERSIÓN VEHÍCULO

El Mobiliario se deprecia en un 10% y tiene una vida útil de 5 años.

$$VR = 24.180,14 * 10\% = 2.418,01$$

$$D = \frac{24.180,14 - 2.418,01}{5}$$

$$D = 4.352,42$$

ANEXO N° 9

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN AÑO 1

El Equipo Informático se depreciación en un 33,33% y tiene una vida útil de 3 años.

$$VR = 1.800 * 33,33\% = 599,94$$

$$D = \frac{1.800,00 - 599,94}{3}$$

$$D = 400,02$$

REINVERSIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

AÑO	VALOR
1	1.800,00
2	1.888,92
3	1.982,23
4	2.080,15
5	2.182,91
6	2.290,75
7	2.403,91
8	2.522,67
9	2.647,29
10	2.778,06

Fuente: Banco Central del Ecuador (Inflación 4,94 año 2015)

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN AÑO 4

El Equipo Informático se depreciación en un 33,33% y tiene una vida útil de 3 años.

$$VR = 2.080,15 * 33,33\% = 693,31$$

$$D = \frac{2.080,15 - 693,31}{3}$$

$$D = 462,28$$

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN AÑO 7

El Equipo Informático se depreciación en un 33,33% y tiene una vida útil de 3 años.

$$VR = 2.403,91 * 33,33\% = 801,22$$

$$D = \frac{2.403,91 - 801,22}{3}$$

$$D = 534,23$$

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN AÑO 10

El Equipo Informático se depreciación en un 33,33% y tiene una vida útil de 3 años.

$$VR = 2.778,06 * 33,33\% = 925,93$$

$$D = \frac{2.778,06 - 925,93}{3}$$

$$D = 617,38$$

ANEXO Nº 10

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

CAPITAL: 130.000,00

INTERÉS: 11%

TIEMPO: 10 Años

FORMA DE PAGO: Semestral

CAPITAL: 20.000,00		PAGO: SEMESTRAL		
INTERÉS: 15,0%				
TIEMPO: 10 AÑOS				
SEMESTRES	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.
0				20.000,00
1	1.000,00	1.500,00	2.500,00	19.000,00
2	1.000,00	1.425,00	2.425,00	18.000,00
3	1.000,00	1.350,00	2.350,00	17.000,00
4	1.000,00	1.275,00	2.275,00	16.000,00
5	1.000,00	1.200,00	2.200,00	15.000,00
6	1.000,00	1.125,00	2.125,00	14.000,00
7	1.000,00	1.050,00	2.050,00	13.000,00
8	1.000,00	975,00	1.975,00	12.000,00
9	1.000,00	900,00	1.900,00	11.000,00
10	1.000,00	825,00	1.825,00	10.000,00
11	1.000,00	750,00	1.750,00	9.000,00
12	1.000,00	675,00	1.675,00	8.000,00
13	1.000,00	600,00	1.600,00	7.000,00
14	1.000,00	525,00	1.525,00	6.000,00
15	1.000,00	450,00	1.450,00	5.000,00
16	1.000,00	375,00	1.375,00	4.000,00
17	1.000,00	300,00	1.300,00	3.000,00
18	1.000,00	225,00	1.225,00	2.000,00
19	1.000,00	150,00	1.150,00	1.000,00
20	1.000,00	75,00	1.075,00	0,00

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	45
f. RESULTADOS	51
g. DISCUSIÓN	71
h. CONCLUSIONES	161
i. RECOMENDACIONES	162
j. BIBLIOGRAFÍA	163
k. ANEXOS	164
INDICE	185