



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

TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE"

Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniera Comercial.

AUTORA:

Baneza Maricel Flores Rivera

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala MAE.

LOJA – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Ing. Com.
Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE.
DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Haber dirigido la investigación realizada por la señora Baneza Maricel Flores Rivera en la ejecución del presente trabajo "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE" de la carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, el mismo que cumple con la reglamentación sobre el sistema de graduación vigente en la Universidad Nacional de Loja, autorizando su presentación.

Loja, Abril del 2016

Atentamente.



Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE.
DIRECTOR DE TESIS.

AUTORIA

Yo, Baneza Maricel Flores Rivera, 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: Baneza Maricel Flores Rivera

Firma:



Cédula:

1900388875

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, Baneza Maricel Flores Rivera, declaro ser autora de la Tesis titulada: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS Y SU COMERCIALIZACION EN EL CANTÓN YANTZAZA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE" 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 12 días del mes de Abril del dos mil dieciséis firma la autora.

Firma: 
Autor: Baneza Maricel Flores Rivera
Cédula: 1900388875
Dirección: Loja, Barrio Vicente Rocafuerte, Av. Villonaco
Correo Electrónico: bamaflo@hotmail.com
Celular: 0998772424

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE.

TRIBUNAL

PRESIDENTE: Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.
VOCAL: Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc.
VOCAL: Ing. Andrea Colambo Yaure. Mg. Sc.

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis de grado está dedicado con todo mi amor a DIOS primeramente ya que él me dio la oportunidad de conseguir mi gran meta , también A mi madre bella que ha sido mi apoyo incondicional en este largo camino a mis hermanas (os) Andrea, Jessika, Irsa, Tomas y Geovanny que con su aliento y consejos me han acompañado en este camino . A mis bellos hijos DOMENICA, CAMILA, MATEO Y MARTIN que esta superación lo hago para cambiarles la vida ya que ellos son mi gran y mayor orgullo. A todos les dedico este trabajo que lo he realizado con mucho amor sacrificio y esfuerzo.

Baneza Maricel Flores Rivera

AGRADECIMIENTO

Mi reconocimiento de gratitud a la Universidad Nacional de Loja, los Docentes de la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, quienes con sus conocimientos y experiencia, contribuyeron con mi formación.

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento al Ingeniero Carlos Roberto Carpio Mg. Quien como Director de Tesis ha apoyado el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

Como también Agradezco a toda mi familia que estuvo siempre conmigo motivándome para conseguir mi meta, a mis bellos hijos que son mi inspiración y lo que más amo en esta vida.

La autora.

a. TÍTULO.

**"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA PROVINCIA DE
ZAMORA CHINCHIPE"**

b. RESUMEN.

La presente investigación fue realizada con el fin de aprovechar las bondades que tienen los arreglos florales personalizados para la venta en el Cantón Yantzaza, es por esta razón que el presente estudio tiene como Objetivo General **REALIZAR EL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.**

En este trabajo se utilizó distintos Métodos y Técnicas tales como: el Método Deductivo, el Método Inductivo, Método Analítico-Sintético, el Método Estadístico; además se aplicaron técnicas de investigación como, la encuesta y la revisión bibliográfica. La población, considerando que el cantón Yantzaza, de acuerdo al censo del INEC del año 2010, existían 18.675 habitantes, cuya PEA fue del 52% o sea 9.711 PEA, se consideró con un crecimiento poblacional del 2,77%, dando para el año 2015, 10.130 PEA, con este resultado se obtuvo el tamaño de la muestra, dando como resultado 384 encuestas a aplicar para dicho segmento.

Para el desarrollo del estudio se analizaron minuciosamente los cuatro estudios que contiene el presente proyecto, dentro de estos están los siguientes:

El estudio de mercado determinó una demanda potencial de 5.166 PEA, una demanda real de 4.029 PEA y una demanda efectiva de 79.305 arreglos

florales, también se analizó la oferta que fue de 6.301 arreglos florales, dando como resultado una demanda insatisfecha de 73.004 arreglos florales personalizados para el mercado del Cantón Yantzaza.

El estudio técnico permitió establecer una capacidad instalada de 19.968 arreglos florales personalizados de la capacidad que tiene la empresa para el primer año de vida del proyecto y una capacidad utilizada del 80% que corresponde a 15.974 arreglos florales.

El estudio administrativo establece la Razón Social de la empresa que será **EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR”**, establecida mediante una Minuta de constitución determinando así que la misma será de responsabilidad limitada, luego se realiza los organigramas Estructural, Funcional y Posicional para de acuerdo a ellos establecer también el Manual de funciones de la empresa.

El estudio financiero determinó una inversión de 13.878,07 dólares con aportaciones de los socios con el 63,97% de total de la inversión y un crédito bancario por el valor de \$5000. Se analizaron los presupuestos que para el primer año será de 109.867,67, los costos fijos serán de 44.587,07 y los costos variables serán de 65.280,60 para el primer año, cuyos ingresos totales serán de 126.347,82, esto permite obtener un punto de equilibrio que de acuerdo a la capacidad instalada serán de 73,01%, demostrando así que en este punto la empresa no pierde ni gana.

Los indicadores financieros determinaron un VAN de 97.561,21, un Periodo de Recuperación de Capital de 1 año, 5 meses y 1 día, una Relación de beneficio costo de 1, 23 centavos lo que significa que por cada dólar invertido se ganará 23 centavos, una TIR del 89,29% y una análisis de sensibilidad que soporta un incremento en los costos del 13,45% y una disminución en los ingresos del 11,30%. Estos indicadores permiten analizar que el proyecto es factible de realizarlo en Cantón Yantzaza.

Finalmente se realizaron las respectivas conclusiones del proyecto de investigación y sus respectivas recomendaciones.

ABSTRACT.

This research was conducted in order to take advantage of the benefits that have custom floral arrangements for sale in Canton Yantzaza it is for this reason that this study has the general objective the creation of a company CUSTOM FLORAL ARRANGEMENTS AND MARKETING IN CANTON Yantzaza province of Zamora Chinchipe.

In this work different methods and techniques used such as: the deductive method, inductive method, analytic-synthetic method, the statistical method; further research techniques were applied as the survey and literature review. The population, whereas the Yantzaza canton, according to INEC census of 2010, there were 18,675 inhabitants, the PEA was 52% ie 9,711 PEA, it was considered with a population growth of 2.77%, giving the year 2015, 10,130 PEA, with this result the size of the sample was obtained, resulting in 384 surveys applied to that segment.

Stop the development of the study the four studies contained in this project are thoroughly analyzed, among these are the following: The market study identified a potential demand for 5,166 PEA, a real demand for 4,029 PEA and effective demand of 79,305 flower arrangements, the bid was 6,301 floral arrangements were also analyzed, resulting in an unmet demand for 73,004 custom floral arrangements Canton market for Yantzaza. The technical study established an installed capacity of 19,968 custom floral

arrangements ability of the company for the first year of the project and a capacity utilization of 80% corresponding to 15,974 capacity floral arrangements.

The administrative study establishes the trade name of the company that will COMPANY CUSTOM FLORAL ARRANGEMENT "BANEFLOR" established by Minuta constitution thus determining that it will be of limited liability, then the structural, functional and Positional flowcharts is performed to agree set them also the manual functions of the company.

The financial study found an investment of \$ 13,878.07 with contributions of partners with 63.97% of the total investment and bank credit in the amount of \$ 5000. the budgets for the first year will be analyzed 109,867.67, fixed costs will be 44587.07 and 65280.60 variable costs will be for the first year, whose total income will be 126,347.82, this allows a breakeven that according to the installed capacity will be 73.01%, showing that at this point the company does not lose or win.

c. INTRODUCCIÓN.

En el Cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe los principales afectados por la no existencia de una comercializadora de arreglos florales personalizados son las personas que buscan este tipo de arreglos para regalos y adornar sus casas, pero no se la puede poner en práctica por la falta de apoyo al sector empresarial y que estas actividades no pueden ser ejecutadas con facilidad por la no existencia de empresas de arreglos florales personalizados en la localidad, la mayoría de personas que quieren emprender en este tipo de negocios se ven obligados a no adquirir estos productos por no existir dentro del Cantón.

Partiendo de lo expuesto se ha creído conveniente realizar un proyecto de factibilidad, el mismo que constituye una fuente de empleo, resultando para el usuario un producto que satisface las necesidades de gran parte de la población objeto de estudio.

ESTRUCTURA DE LA TESIS

El proyecto inicia con el **resumen**, donde se detalla los aspectos más relevantes a los que se concluyó para lograr una comprensión referencial del tema, adicionalmente se realizó una **introducción** de la misma en la cual se enfatiza las partes más relevantes del proyecto de investigación, se realizó la **revisión literaria**, misma que guarda relación con las etapas del proyecto de inversión. Dentro de los **Materiales y Métodos** se realizó una descripción de los métodos y técnicas utilizados para el desarrollo de la investigación, se

determinó el cálculo del tamaño de la muestra, misma que se aplicó en un número determinado de encuestas a las PEA del Cantón Yantzaza. Una vez realizadas las encuestas se procedió a efectuar los **resultados** con la tabulación e interpretación de los mismos obtenidos de las encuestas aplicadas a los demandantes. Luego se procede a la **discusión** de los resultados en la cual el Estudio de Mercado se la desarrollo permitiendo su discusión e interpretación mediante lo cual me permitió determinar la demanda real, la oferta y la demanda insatisfecha, fomentando estrategias para la comercialización del servicio enfocadas en el producto, precio, plaza y promoción. Posteriormente se realizó el Estudio Técnico en el cual se llevó a cabo la temática del tamaño y localización de la planta, con el objeto de determinar la capacidad instalada y utilizada, así como también determinar la mejor ubicación estratégica de la empresa a nivel micro y macro, considerando varios aspectos que influyen de forma directa es esta decisión. En la Ingeniería de Proyecto se incluye la descripción del proceso de prestación del servicio y el proceso de contratación del servicio, distribución de la planta, etc. En base al Estudio Administrativo se determinó la estructura orgánica funcional de la empresa, en concordancia con la base legal y organizacional establecida complementándose esta etapa de la investigación con la construcción del organigrama estructural, funcional y el manual de funciones en el cual se especifica la naturaleza del cargo, funciones principales, características y requisitos mínimos para el desempeño de cada puesto. Como primer paso para llevar a cabo es Estudio Financiero, se realizó el cálculo de los recursos necesarios para la instalación y

funcionamiento de la empresa, y se determinó las fuentes de donde se obtendrá los recursos económicos. El cálculo de la inversión integral, el costo unitario, los ingresos que se generarán por las ventas respaldados debidamente dentro de los presupuestos, elementos indispensables para realizar la Evaluación Financiera mediante la cual se verifico la viabilidad del proyecto a través de los principales indicadores financieros como son el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (R B/C), el Periodo de Recuperación de Capital (PR/C), y el Análisis de Sensibilidad.

Conjuntamente se desarrollan las respectivas **conclusiones** con sus **recomendaciones** del proyecto de investigación, la **bibliografía** utilizada y los **anexos** respectivos complementan la presente investigación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA.

MARCO REFERENCIAL.

FLORES.

“Se denomina flor a una formación vegetal que cumple la función de llevar a cabo la reproducción sexual y generar las semillas que darán lugar a una nueva planta. Esta suele generarse al extremo de un pequeño tallo y se compone de distintos elementos tales como pétalos, estambres, pistilo, sépalos y el receptáculo. Las flores pueden ser hermafroditas cuando generan tanto los gametos femeninos como los masculinos, o unisexuales, cuando solo producen uno de estos gametos; en este último caso, las flores pueden ser masculinas o femeninas; en algunos casos, no obstante, carecen de ambos gametos y sirven tan solo para que generen la polinización.”¹

ARREGLOS FLORALES.

La historia de los arreglos florales se remonta a los tiempos más lejanos, hay pruebas de ello en todas las decoraciones, tallas, grabados y pinturas que han perdurado de las más grandes civilizaciones de la antigüedad.²

¹ El Lenguaje de las flores, Vanessa Diffenbaugh, Salamandra publicaciones y ediciones, España, 2011

² Florflores.Librofloricola.Mexico.2012.EdicionEspecial.

ARREGLOS FLORALES

Grafico Nro. 1



Fuente: Arreglos florales.

Elaboración: La Autora.

Los egipcios acostumbraban a colocar simples flores cortadas en bellos floreros y jarrones; utilizaban esos estilizados arreglos para ceremonias, procesiones e incluso para alegrar las distintas estancias de la casa. Elegían el tipo de flor según el significado religioso que le daban; por ejemplo el loto o el lirio de agua eran un homenaje a la diosa Isis y los incluían en las ofrendas a ella. Utilizaban también las guirnaldas de flores que depositaban en las tumbas a modo de despedida, usaban para confeccionarlas anémonas, narcisos, rosas y para rodearlas hojas de palma o de papiro.

Griegos y romanos también utilizaron el arte floral, mayormente como guirnaldas y coronas. A veces empleando sólo hojas o hierbas en su confección. Ramas jóvenes y flexibles de laurel o de olivo eran muy comunes para ese uso y con ellas se premiaba a los atletas y héroes. También sembraban los caminos con pétalos de flores cuando iba pasar por el lugar alguien importante; de la misma forma perfumaban los lechos. A diferencia

de los egipcios que le daban un sentido religioso, para los griegos y romanos era una muestra de lujo y recompensa.

Para el pueblo de China el interés fue religioso y a la vez medicinal; tanto los budistas, los taoístas y los seguidores de Confucio colocaban flores en sus altares, en cestas de mimbre o en recipientes de cerámica, dando origen al “**Ikebana**”, que se difundió luego por Japón. A cada planta le dieron un simbolismo, el bambú simbolizaba la longevidad, la orquídea la fertilidad, la peonía el honor y así sucesivamente.

En épocas del Imperio Bizantino los arreglos florales comenzaron a confeccionarse con pequeñas flores y eran muy coloridos, se los armaba en cálices o en urnas y se utilizaban, además, frutas. Comienza el uso de las margaritas y los claveles, con hojas de ciprés y ramas de pino; se los adorna con cintas. Desde Asia llegan los arreglos florales a Europa de la mano de los Cruzados, alrededor del año 1.000 d.C. Las iglesias y monasterios comienzan a incorporar la nueva moda y experimentan con nuevas plantas y estilos para crearlos.

MARCO CONCEPTUAL.

EMPRESA.

Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar

la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones. Se ha notado que, en la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones del término³.

Se puede considerar que una definición de uso común en círculos comerciales es la siguiente: "Una empresa es un sistema con su entorno materializa una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad comercial". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa, y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión, y la planificación posterior está condicionada por dicha definición. La Comisión de la Unión Europea sugiere la siguiente definición: Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas, y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular.

Clases de empresas.

La Empresa: Es una unidad productiva dedicada y organizada para la explotación de una actividad económica.⁴

³BACA, Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Pag. 2, México 2010

⁴BACA, Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Pag. 2, México 2010

Las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Sectores Económicos
- El origen de su capital.
- Su Tamaño
- Conformación de su capital
- El pago de impuestos
- El número de propietarios
- La función social
- La forma de explotación

“Este curso hace parte de un conjunto que estarán a su disposición una vez haya finalizado éste, cursado el paquete completo y realizada las practicas pertinentes usted desarrollará la competencia de gestionar la Contabilidad en las Organizaciones Empresariales”.⁵

POR SECTORES ECONOMICOS.

Extractivas: Dedicadas a explotar recursos naturales.

Servicios: Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.

Ejemplo: Clínicas, salones de belleza, transportes.

Comercial: Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.

Ejemplo: Cadenas de almacenes, etc.

⁵ARTUR SELDON. Diccionario de Economía. F.G. Pennance Ediciones. Villassar del Mar, 2011

Agropecuaria: Explotación del campo y sus recursos.

Ejemplo: Hacienda, agroindustria.

Industrial: Transforma la materia prima en un producto terminado.

Ejemplo: Acerías, Ingenios.

POR SU TAMAÑO

Grande: Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.

Mediana: Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.

Pequeñas: Se dividen a su vez en.

- **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
- **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
- **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

PROYECTO.

Esta etapa marca el inicio de la evaluación del proyecto y está compuesto por tres niveles: perfil, pre factibilidad y factibilidad.

El nivel perfil, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia.

En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

En el nivel pre factibilidad se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.⁶

El estudio más acabado es el que se realiza en el nivel de factibilidad y constituye la culminación de los estudios de perversión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la necesidad

⁶ Juan José Miranda Miranda, Gestión de Proyectos: evaluación financiera económica social ambiental 5ª. Ed. Bogotá MM editores, 2010.Pag. 7

de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que las soluciones técnico-económica sean las más ventajosas para el país.

FACTIBILIDAD.

Etapa que inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha del proyecto, sus fases son:

Financiamiento: Forman parte el conjunto de acciones, tramites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre inversión.

Estudios Definitivos: Forman parte el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a los estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, de instalaciones eléctricas, sanitarias, que son requeridos para otorgar los permisos de construcción. Los estudios definitivos no solo incluyen aspectos técnicos del proyecto si no también financieros, jurídicos y administrativos.

Ejecución y Montaje: Comprende el conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, como la compra de terrenos, inmuebles, muebles, instalación de maquinaria y equipos, contratación del personal, etapa en la cual se hace realidad el proyecto.

Puesta en Marcha: Forman parte el conjunto de actividades necesaria para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la

infraestructura de producción a fin de realizar las correcciones del caso y dejar a punto la empresa para el inicio de su producción normal.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD.

Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación.

Los estudios de factibilidad tienen como objetivo el conocer la viabilidad de implementar un proyecto de inversión, definiendo al mismo tiempo los principales elementos del proyecto. Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero.⁷

Componentes del Estudio de Factibilidad

Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de cuatro análisis, los cuales son la base en la cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo, Estudio Financiero y Evaluación Económica.

ESTUDIO DE MERCADO

Tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un proyecto de inversión. Resultados proyecciones

⁷ Melián Rodríguez Manuel Ernesto “Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión” Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011

para: Asegurar inversionistas, basándose en un mercado potencial que hace factible la venta para recuperar el capital y tener flujo de caja.⁸

Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing"⁹

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

Un mercado se confluyen productores y consumidores para realizar intercambios de compra venta.

Para conocer el comportamiento de mercado, es preciso reconocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir las estrategias comerciales.

Para realizar el presente estudio se determinará cinco tipos de mercado:

- ❖ Mercado proveedor (quienes nos abastecen)
- ❖ Mercado distribuidor (intermediarios)
- ❖ Mercado consumidor (los clientes)
- ❖ Mercado competidor (la competencia)
- ❖ Mercado externo (fuentes externas de abastecimiento)

⁸Melián Rodríguez Manuel Ernesto "Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión" Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011

⁹ Melián Rodríguez Manuel Ernesto "Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión" Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011

ANÁLISIS DE LA DEMANDA (clientes)

Definición.- La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio a una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir.

Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a qué precio.

Para realizar el análisis de la demanda se debe tomar en cuenta:

- Los tipos de consumidores.
- Segmentarlos por actividad, edad, sexo, ubicación geográfica, ingresos.
- Conocer los gustos y preferencias.

DEMANDA POTENCIAL

Se constituye por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto la totalidad del mercado. Ejemplo: Consumo de cereales.

DEMANDA REAL

Se denomina demanda real a la demanda verdaderamente ejercida en los mercados. En sí, la demanda real es el número absoluto de familias que están dispuestas a adquirir el producto.

Para obtener la demanda real tomamos en consideración lo siguiente:

1. Demanda Potencial
2. Porcentaje de las familias que no consumen
3. Porcentaje de familias que no apoyan al proyecto
4. Porcentaje de familias que no contestan

Los aspectos que se deben analizar en el Estudio de Mercado son: El consumidor del mercado y del proyecto, actuales y proyectados. La tasa de demanda del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas. La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas. El producto del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas. Comercialización del producto y del proyecto¹⁰

DEMANDA EFECTIVA.- Demanda ejercida realmente en los mercados, que no tiene por qué coincidir con la demanda prevista o esperada. Término utilizado también a veces como sinónimo de demanda agregada o demanda total. La demanda efectiva de un país en un determinado período de tiempo comprende la demanda total de bienes de consumo más la demanda de bienes de inversión, a las cuales hay que añadir la demanda del sector público (gasto público) más la demanda del sector exterior (exportaciones menos importaciones).¹¹

Mercado

Es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para

¹⁰ Randall Geoffrey, «Principios de Marketing», Segunda Edición, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, 2013, Pág. 120

¹¹ Laura Fisher y Jorge Espejo, Mercadotecnia, Tercera Edición, de, Mc Graw Hill - Interamericana, 2011

hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.¹²

Demanda Consumidor

Es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad. Es la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado. Debe ser cuantificada en unidades físicas.¹³

Oferta Distribución

Comportamiento actual Importaciones Condiciones de ofertas futuras Señala dónde se encuentran localizados, las principales características de la competencia, indicando mecanismos que se utilizan para lograr la satisfacción del cliente, productos que ofrecen, cantidad de productos que venden anual, mensual o diariamente, mercado que abarcan, precios que ofertan. Indica los factores que influyen en el comportamiento de la oferta, por ejemplo: si es estacional, políticas de venta de la competencia, etc. Considera los volúmenes y características de las importaciones y su impacto

¹² Talaya, Esteban y Otros "Principios de Marketing" Tercera Edición 2010 pág. 180

¹³ Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2014.

en la oferta. Menciona los factores que limitan o favorecen el aumento o disminución de la oferta en el mercado.

Producto

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción.¹⁴

Comercialización

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final, existiendo canales de comercialización que utilizará la empresa, para vender el producto y los mecanismos de promoción a utilizar. Así mismo deben existir políticas de comercialización que guiarán las negociaciones.¹⁵

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción, que indica cómo combinar los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente.¹⁶

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la

¹⁴ Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2014, Pág. 43.

¹⁵ Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2014, Pág. 43.

¹⁶ Melián Rodríguez Manuel Ernesto “Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión” Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011

factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye: tamaño del proyecto, localización.

Tamaño

Es la relación de la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

Para determinar el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra etc.

Capacidad Instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa

Capacidad Utilizada

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. En proyectos nuevos está

normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa esta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

Procesos y Tecnologías

Son las tecnologías existentes y disponibles para los procesos productivos.

Descripción del Proceso Productivo: Describir todas las etapas que conforman el proceso productivo de cada uno de los productos.

Maquinaria, Equipos y Herramientas existentes: Son las maquinarias y equipos necesarios para llevar a cabo los objetivos del proyecto.

Descripción de las Instalaciones Necesarias: Se describen los requerimientos del terreno, descripción de la infraestructura y construcción indicando características, valor, tamaño y ubicación

Distribución Física: Se indica la distribución física de maquinarias y equipos dentro de la empresa

Requerimiento de Personal y Costo: La mano de obra requerida para lograr los objetivos del proyecto, son de cantidad, calificación, modalidad de contratación, sueldo, beneficios.

Organización: indicar la Estructura Organizativa de la Empresa, es decir en lo que se refiere a los recursos humanos disponibles para administrar el proyecto

INGENIERÍA DEL PROYECTO: Dentro de un proyecto el estudio de ingeniería puede representar desde una parte relativamente pequeña en el total, hasta la más relevante. Puede estudiar al producto, su proceso, sus insumos y las instalaciones.

Proceso de producción.- El proceso de producción es la secuencia de operaciones, movimientos, almacenamientos e inspecciones, por medio de la cual las materias primas se convierten en un producto terminado.

Estudio de producto.- Se tratará de conocer sus características y especificaciones, sus usos, los productos sustitutos, el embalaje, la presentación, las normas de calidad, etc.

Estudio del proceso.- Se tratará de conocer ensayos preliminares, el proceso productivo, la selección del proceso, descripción del proceso, disponibilidad de tecnología, subproductos y su utilización y los residuos, desperdicios, su eliminación.

Estudio de los insumos.- Se tratará de conocer a las materias primas principales, materiales indirectos, mano de obra, suministros.

Estudio de las instalaciones.- Se tratará de conocer la maquinaria y equipo, las instalaciones principales y auxiliares, la distribución de planta y edificio, la flexibilidad de la instalación, los diseños básicos y el montaje y cronogramas.

Diagrama de flujo.- Este método es similar al diagrama de bloques, se explica el proceso de una forma más detallada y con más información e indicando la simbología de la actividad realizada. Representa además

gráficamente la secuencia de las diferentes etapas o procesos de fabricación, los productos de entrada o salida de cada operación.

Diagrama de proceso.- Son aquellos que localizan y eliminan deficiencias al mismo tiempo analizan todo el proceso. Entre las acciones más comunes tenemos la operación, transporte, inspección, demora, almacenamiento.

Distribución de la planta.- Aprovecha al máximo el espacio físico que se dispone, para que los servicios sean más eficaces, proporcionando la mayor comodidad a los empleados y al público, a más de garantizar la supervisión y seguridad de la planta.

Diseño de la planta.- Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este estudio muestra los elementos administrativos tales como planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones.¹⁷

¹⁷ Melián Rodríguez Manuel Ernesto “Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión” Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011

Un buen estudio administrativo es de gran importancia, ya que es común que un proyecto fracase por problemas administrativos, así estén dadas todas las demás condiciones para su éxito. La empresa debe partir de una constitución legal que cumpla con todos los reglamentos de ley. Se establece la organización administrativa como organigramas, manual de funciones entre otros.

Da a conocer como se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce el tipo de sociedad o compañía.

ORGANIZACIÓN LEGAL

Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser Sociedad Anónima, Limitada, Mixta, Comandita simple y Comandita por Acciones.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La organización se refiere al establecimiento preciso de los centros de autoridad y rangos correspondientes de responsabilidad.

Es necesario diseñar una estructura administrativa a través del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar 3 componentes básicos.

- a. Unidades organizativas
- b. Recursos humanos técnicos y financieros

c. Los planes de trabajo

Niveles Administrativos

- 1) Nivel Legislativo – Directivo
- 2) Nivel Ejecutivo
- 3) Nivel Asesor
- 4) Nivel operativo
- 5) Nivel auxiliar o de Apoyo
- 6) Nivel descentralizado

Manual de funciones

El Manual de Funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la consecución de los objetivos planteados por la organización.

El manual de funciones es un documento que detalla las funciones a cumplir por cada uno de los cargos existentes. El manual de funciones siempre debe estar actualizado y debe socializarse en todos los empleados de la empresa

a fin de que sea un instrumento que apoye a mejorar la organización interna.

EMPRESA "XX"	
CÓDIGO	7
Título del Puesto	OBRERO
Nivel de Mando	OPERATIVO
Reporta a	JEFE DE PRODUCCION
Supervisa a	No supervisa
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Realizar de todo el proceso productivo de los arreglos florales personalizados en el área de producción.	
FUNCIONES	
- Mantener en perfecto estado de aseo y limpieza las instalaciones del Área de Producción.	
- Realizar todos los pasos del proceso productivo.	
- Recibir toda la materia prima a fin de iniciar el proceso productivo.	
- Informar del uso indebido de las instalaciones.	
- Y las demás responsabilidades a él encomendadas.	
CARACTERISTICAS DE CLASE	
Conservar la higiene necesaria en las instalaciones del área de producción y en toda la empresa y ser responsable en el desarrollo del proceso de elaboración del producto final.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación	Bachiller
Especialización	-
Conocimiento Adicionales	Trabajo en viveros
Experiencia	6 meses en cargos similares.
Edad	18 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Invernaderos

FUENTE: Módulo 7, Recursos Humanos, Adm. Empresa-MED-UNL

ELABORADO POR: La Autora

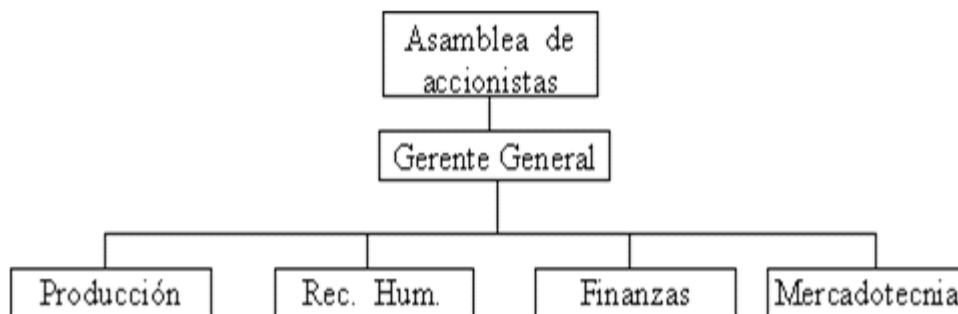
Organigramas

Un organigrama es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa.

Existen dos tipos de organigramas, estructural y funcional.

EJEMPLO DE ORGANIGRAMAS

Grafico Nro. 2



FUENTE: Módulo 7, Recursos Humanos, Adm. Empresa-MED-UNL

ELABORADO POR: La Autora

ESTUDIO FINANCIERO

Constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.¹⁸

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

Sistematización Financiera

Consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos, que siendo necesarios para la evaluación, debe suministrar el propio estudio financiero.

Inversión Fija

Comprende todos los activos fijos o tangibles (que se pueden tocar) y diferidos o intangibles (que no se pueden tocar) necesarios para iniciar las

¹⁸www.florescanecon.mex.tl/871725_30--Definicion-de-Estudio-Financiero.html

operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. Puede ver plan de manufactura, en el estudio técnico.

Capital de Trabajo

Desde el punto de vista contable, es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante.

Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto a la inversión en activo fijo y diferido) con el que se cuenta para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.

Aportaciones de los socios

Las aportaciones de los socios pueden ser en efectivo o en especie; en este último caso si la aportación es un terreno o edificio, se le emiten las acciones por el valor del activo que está aportando a la sociedad.

Los socios pueden ser socios activos en el negocio; otros, conocidos como socios pasivos, invierten dinero y poseen una parte de la empresa, pero no ayudan a mejorarla en sus operaciones diarias.

Financiamiento Externo:

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudara a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión.

Proyección Financiera

El objetivo de las proyecciones financieras es que el empresario visualice desde el principio hacia donde conduce todos los esfuerzos que realiza en el negocio, además de elaborar información que pueda servir para la toma de decisiones.

Proyección de gastos

Una proyección de gastos se refiere a las salidas de dinero que se harán por el uso de materiales, mano de obra y otros que tengan relación con la producción de un bien. La proyección de los gastos de operación está relacionada con el plan de producción, ya que va a depender directamente de la cantidad de materia prima, mano de obra y servicios básicos que se necesitan en la elaboración de los productos.¹⁹

Elementos de Proyección de Gastos

Mano de Obra: Es el recurso humano necesario para la elaboración de los productos o ventas.

¹⁹Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2013 en <http://www.eumed.net/ce/2009a/>

Materiales: Son los elementos necesarios para conformar el producto.

Servicios: Son aquellos como energía, transporte, alquiler de local, agua, etc.

Depreciación y Amortización: El término “depreciación” tiene exactamente la misma connotación que “amortización”, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso, estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio, la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangible, ya que por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar esa inversión. Cualquier empresa que esté en funcionamiento para hacer los cargos de depreciación y amortización correspondientes, deberá basarse en

Proyecciones de Ingresos

La misma forma como se hacen proyecciones de los gastos, también se debe hacer proyecciones de los ingresos, o sea, los recursos que recibirá el negocio por la venta de un bien o servicio, ya sea a contado o a crédito. Las proyecciones de los ingresos se hacen basándose en las ventas que se tendrán y el precio al que se venderá el producto o servicio. Se comienza con el año 0 (cero), el cual es el año base, donde se hace la inversión. Las ventas del año cero son las que se conocen a través de la investigación de mercado.²⁰

²⁰**Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez:** *"Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico"* en Contribuciones a la Economía, marzo 2013 en <http://www.eumed.net/ce/2009a>

Costos Variables o directos

Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa. Son aquellos cuya magnitud fluctúa en razón directa o casi directamente proporcional a los cambios registrados en los volúmenes de producción o venta, por ejemplo: la materia prima directa, la mano de obra directa cuando se paga destajo, impuestos sobre ingresos, comisiones sobre ventas.

Costos fijos o periódicos: Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta. Ejemplos: depreciaciones (método en línea recta), primas de seguros sobre las propiedades, rentas de locales, honorarios por servicios, etc.²¹

Características de los costos variables o directos:

- No existe costo variable si no hay producción de artículos o servicios.
- La cantidad de costo variable tenderá a ser proporcional a la cantidad de producción.
- El costo variable no está en función del tiempo. El simple transcurso del tiempo no significa que se incurra en un costo variable.

²¹C.P. A Jaime A. Acosta Altamirano. Apuntes de Contabilidad de Costos I, 2010

Características de los costos fijos.

- Tienen a permanecer igual en total dentro de ciertos márgenes de capacidad, sin que importe el volumen de producción lograda de artículos o servicios.
- Están en función del tiempo.
- La cantidad de un costo fijo no cambia básicamente sin un cambio significativo y permanente en la potencia de la empresa, ya sea para producir artículos o para prestar servicios.
- Estos costos son necesarios para mantener la estructura de la empresa.

Los Costos estimados

Representan únicamente una *tentativa en la anticipación de los costos* reales y están sujetos a rectificaciones a medida que se comparan con los mismos.

Presupuesto

El presupuesto es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado. También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos.²²

²² Según Jorge Burbano (2010).

Punto de Equilibrio

Es un concepto de las **finanzas** que hace referencia al **nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos**. Esto supone que la **empresa**, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana **dinero**, pero tampoco pierde).²³

Evaluación Económica

La evaluación económica de proyectos de cooperación tiene por objetivo identificar las ventajas y desventajas asociadas a la inversión en un proyecto antes de la implementación del mismo. La evaluación económica es un método de análisis útil para adoptar decisiones de diferentes alternativas. Análisis comparativo de las acciones alternativas tanto en términos de costes como de beneficios”²⁴

Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Neto Actualizado o Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto mide en dinero corriente el grado de mayor riqueza que tendrá el inversionista en el futuro si emprende el proyecto. Se define como el valor actualizado del flujo de ingresos netos obtenidos durante la vida útil económica del proyecto a partir de la determinación por año de las entradas y salidas de divisas en efectivo, desde que se incurre en el primer gasto de inversión durante el

²³<http://definicion.de/punto-de-equilibrio/#ixzz2EtXwm7RL>

²⁴George W. Torrance (2011): Métodos para la evaluación económica de los programas de atención de la salud. Ed. Díaz de Santos, Madrid.

proceso inversionista hasta que concluyen los años de operación o funcionamiento de la inversión.²⁵

El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado (costo de oportunidad). El VAN constituirá una herramienta fundamental para la evaluación del proyecto y está representado por la siguiente fórmula.

Y_t = Flujo de ingresos del proyecto

E_t = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

El valor $Y_t - E_t$ = Indica los flujos de caja estimados de cada período.

i = Tasa de descuento

I_0 = Inversión del proyecto

Fórmula:

$$VAN = \sum \text{Flujo Neto de Caja} - \text{Inversión}$$

Tasa Interna de Retorno o de Rendimiento (TIR)

La tasa interna de retorno o rendimiento (TIR) representa la rentabilidad general del proyecto y es la tasa de actualización o de descuento, a la cual el valor actual del flujo de ingresos en efectivo es igual al valor actual del flujo

²⁵Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2009 en <http://www.eumed.net/ce/2013/>

de egresos en efectivo. En otros términos se dice que la TIR corresponde a la tasa de interés que torna cero el VAN de un proyecto, anulándose la rentabilidad del mismo. De esta forma se puede conocer hasta qué nivel puede crecer la tasa de descuento y aún el proyecto sigue siendo rentable financieramente.²⁶

La Tasa Interna de Retorno se representa por la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Periodo de Recuperación de una Inversión

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión.²⁷

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que

²⁶Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, <http://www.eumed.net/ce/2013/>

²⁷Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2013.

mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Fórmula:

$$PRC = \text{Año que cubre la inversión} - \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo del periodo que supera la Inversión}} \right)$$

Costo-Beneficio

En un enfoque costo beneficio, el objetivo de la evaluación es determinar si los beneficios que se obtienen son mayores que los costos involucrados. Para ello, es necesario identificar, medir y valorar los costos y beneficios del proyecto. Flujo de Beneficios Netos: Una vez valorados los costos y beneficios del proyecto, deberá calcularse el flujo de beneficios netos, para cada periodo del horizonte de evaluación del proyecto. Este último queda definido principalmente por la vida útil de la inversión, no debiendo ser superior a 30 años. En aquellos proyectos donde la vida útil de la inversión se estima superior al horizonte de evaluación, deberá considerarse un valor residual.

Fórmula:

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Sumatoria del Ingreso actualizado}}{\text{Sumatoria del Costo actualizado}}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

La vulnerabilidad de los proyectos de inversión frente a las alternativas en los precios de insumes o de otras causas de tipo económico, en periodos de tiempo relativamente cortos obliga a los analistas considerar el riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia económica.

La manera de hacerlo es conociendo su sensibilidad o su resistencia a este tipo de variaciones se le conoce como desfases económicas a través de un incremento o decremento de los costos o de los Ingresos en función de cómo se prevea esta variación

En términos generales se debe considerar los siguientes aspectos:

- Cuando el coeficiente resultante es mayor que uno el proyecto es sensible a esos cambios
- Cuando el coeficiente resultante es igual a uno no se ve efecto alguno
- Cuando el coeficiente resultante es menor a uno el proyecto no es sensible.

Se lo realiza para determinar la vulnerabilidad del Proyecto ante las alteraciones futuras de mayor incidencia como son los ingresos y los costos, considerando que los demás se encuentren constantes.

Fórmulas:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coefficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

MATERIALES.

Impresos

Útiles de oficina

Copias

Empastados

Transporte

Internet.

MÉTODOS.

Para la realización de la presente investigación, se utilizaron los siguientes métodos:

Método deductivo.- El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícito dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera.

Este método se lo utilizó para obtener información acerca del mercado en estudio para determinar el tamaño de la muestra, además ayudó en la recopilación de información de las necesidades colectivas y afirmaciones generales de mercado de arreglos florales personalizados que deberían ser particularizadas para establecer el estudio de mercado, técnico, financiero y otros que requiera del proyecto para determinar la viabilidad de la inversión, así como, en elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

Método Inductivo.- Método que parte de datos generales hasta llegar a hechos particulares o segmentados. Este método aportó a los indicadores correspondientes al estudio Técnico relativos a la capacidad, tamaño, localización y la ingeniería del proyecto regido en las normas del mercado actual.

Método Analítico.- El método analítico se utiliza para calificar a aquello relacionado con el análisis: la reflexión sobre algo o la separación de los elementos de una cosa para descubrir cómo se compone. Un estudio analítico, de este modo, se desarrolla analizando cada parte de un todo

Este método se lo utilizó para descubrir las causas y efectos de la problemática existente en el sector florícola en especial en el área de los arreglos florales personalizados, en el cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe.

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.

Este método permitió analizar y la determinación de las demandas potencial, real, y efectiva, así como la demanda insatisfecha. Así mismo fue utilizado

para la determinación de las conclusiones y recomendaciones de toda la investigación.

Método estadístico.- Método Estadístico como proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variable o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

Este método ayudó a representar datos cuantitativos y cualitativos, mediante cuadros y gráficos respecto al proyecto de investigación.

TECNICAS DE LA INVESTIGACION

La observación.- Esta técnica permitió realizar la observación y la aplicación atentamente de los sentidos a un objeto o a un fenómeno, para estudiarlos tal como se presentan, la aplicación de esta técnica permitió tener una previa información objetiva acerca del caso de estudio.

La Encuestas.- La investigación con encuestas se caracteriza por utilizar cuestionarios para registrar las respuestas de los sujetos. La finalidad más habitual de la investigación con encuestas es la descripción de pensamientos, opiniones y sentimientos.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población.

Considerando que el cantón Yantzaza, de acuerdo al censo del INEC del año 2010, existían 18.675 habitantes, cuya PEA fue del 52% o sea 9.711 PEA. Además se consideró un crecimiento poblacional del 2,77%.²⁸

Se detalla a continuación los aspectos pormenorizados de la fórmula que se aplicó para conseguir la actualización de los mencionados datos:

Proyección de la población Año 2015

$$\begin{aligned} Pf &= Pa (1+i)n \\ Pf &= 9.711 (1+0.00277)5 \\ Pf &= \mathbf{10.130 \text{ PEA.}} \end{aligned}$$

Determinación de la muestra

En donde:

n= tamaño de la muestra

e= margen de error

N= Población

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

MUESTRA

$$N = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

N= Población

e= Margen de error

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{10.130}{1 + (0.05)^2 * 10.130}$$

²⁸ INEC 2010g

$$n = \frac{10.130}{1 + 0.0025 * 10.130}$$

$$n = \frac{10.130}{102,1775}$$

$N = 384$ Encuestas

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

PARROQUIAS	Nº HABITANTES PEA	Nº ENCUESTAS	PORCENTAJE
CHICAÑA	1.384	55	14,25%
LOS ENUENTROS	1.902	75	19,59%
YANZATZA	6.425	254	66,16%
TOTAL	9.711	384	100%

Se realizaron encuestas a los 5 establecimientos de venta de arreglos florales en el Cantón Yantzaza.

f. RESULTADOS

ENCUESTAS A LOS DEMANDANTES.

Pregunta N° 1.

¿Acostumbra usted a adquirir flores naturales?

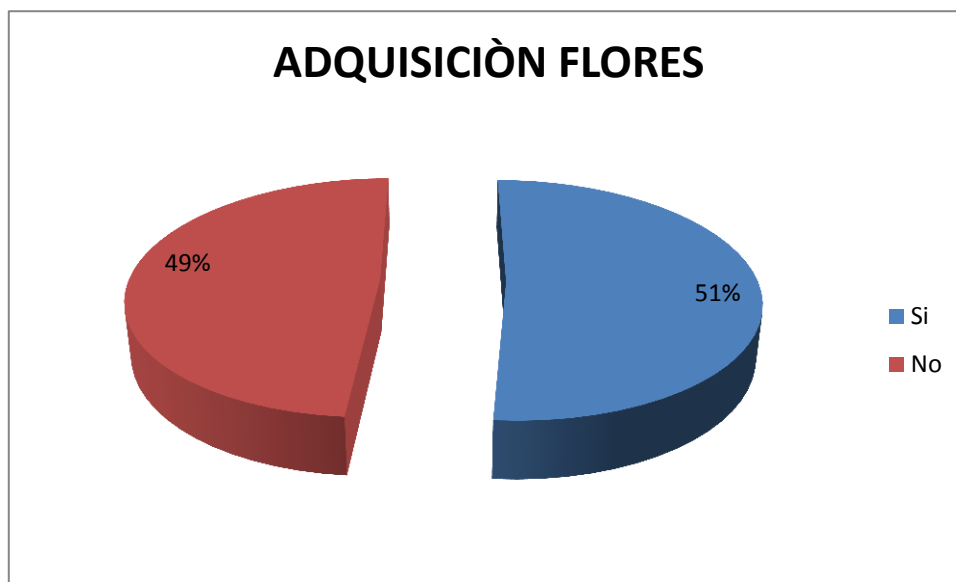
Cuadro N° 1
ADQUISICIÓN FLORES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	197	51%
No	187	49%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 1



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas realizadas, el 51% de los mismos manifestaron que si acostumbran a adquirir flores naturales, mientras que el 49% de los encuestados manifestaron no adquirir las flores naturales, esto demuestra que hay gran porcentaje de encuestados que les gusta este tipo de flores.

Pregunta N° 2.

¿Adquiere usted arreglos florales personalizados?

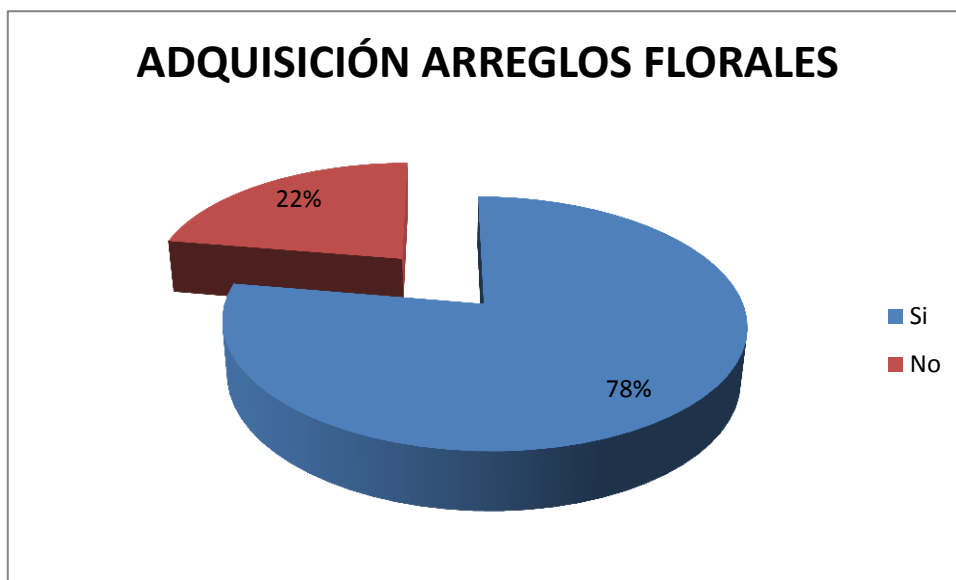
Cuadro N° 2
ADQUISICION ARREGLOS FLORALES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	153	78%
No	44	22%
TOTAL	197	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 2



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100 % de las encuestas, el 78% de los mismos manifestaron que si adquieren arreglos florales personalizados para realizar sus regalos en diferentes ocasiones que ellos necesitan, mientras que el 22% de ellos manifestaron no adquirir este tipo de arreglos florales personalizados.

Pregunta N° 3.

¿Cuántos arreglos florales personalizados adquiere usted al mes?

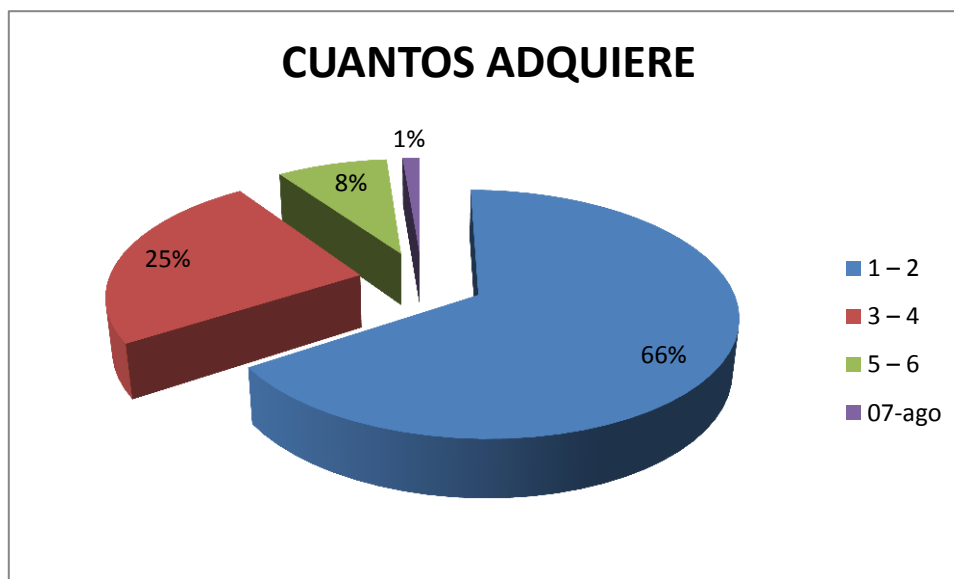
**Cuadro N° 3
CUANTOS ADQUIERE**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 – 2	102	66%
3 – 4	38	25%
5 – 6	13	8%
7 - 8	2	1%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 3



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas, el 66% de los encuestados manifestaron adquirir 1 arreglo floral al mes, el 25% adquiere 2 arreglos florales al mes, el 8% adquiere 3 arreglos florales al mes y el 1% adquiere 2 arreglos florales personalizados al mes, esto demuestra que existe demanda del producto.

Pregunta N° 4.

¿Qué opina de la presentación y calidad de los arreglos florales personalizados que adquiere?

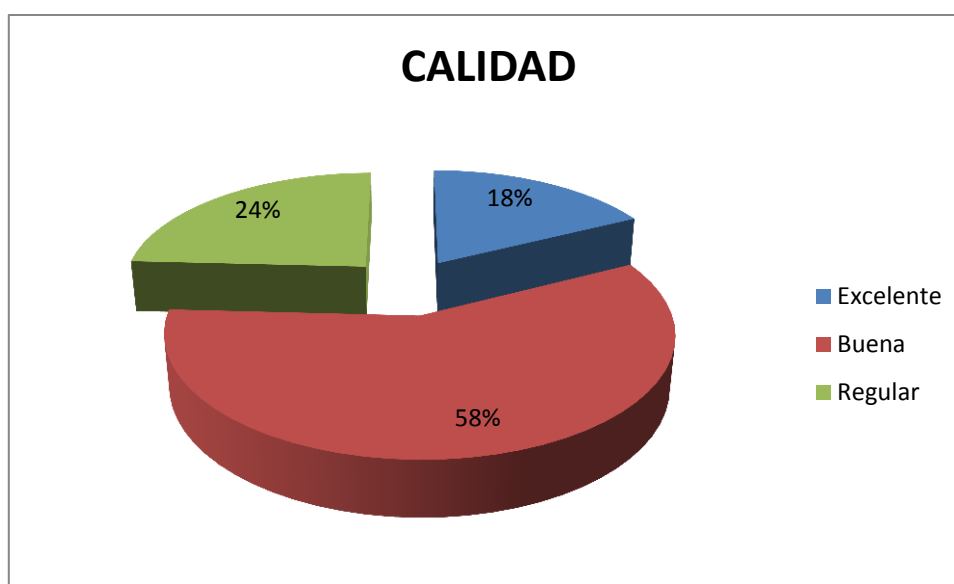
**Cuadro N° 4
CALIDAD**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	27	18%
Buena	89	58%
Regular	37	24%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 4



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 18% de los encuestados opinan que la calidad de los arreglos florales personalizados que adquieren es de excelente calidad, el 58% manifestaron que son de buena calidad y el 24% que son de regular calidad, la mayoría opinó que son de buena calidad.

Pregunta N° 5.

¿A qué precio usted adquiere los arreglos florales personalizados?

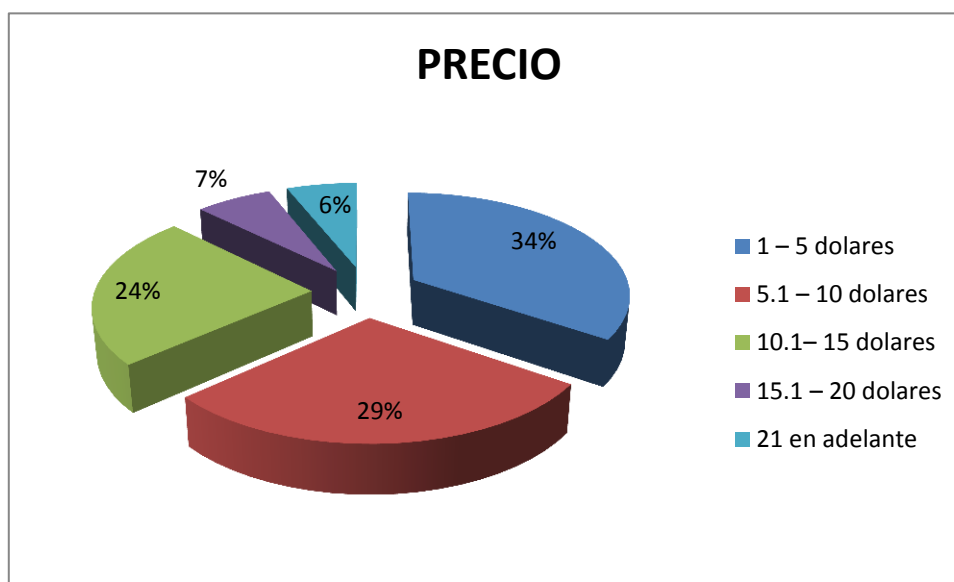
**Cuadro N° 5
PRECIO**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 – 5 dólares	58	34%
5.1 – 10 dólares	47	29%
10.1 – 15 dólares	37	24%
15.1– 20 dólares	6	7%
21 en adelante	5	6%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 5



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 34% de los encuestados manifestaron que el precio que adquieren los arreglos florales personalizados van de 1 a 5 dólares, el 29% de ellos manifestaron que el precio va de los 5.1a los 10 dólares, el 24% que van desde los 10.1 a los 15 dólares, el 7% desde los 15.1 a los 20 dólares y el 6% los adquieren por más de 21 dólares.

Pregunta N° 6

¿Los arreglos florales que adquiere satisfacen completamente sus necesidades?

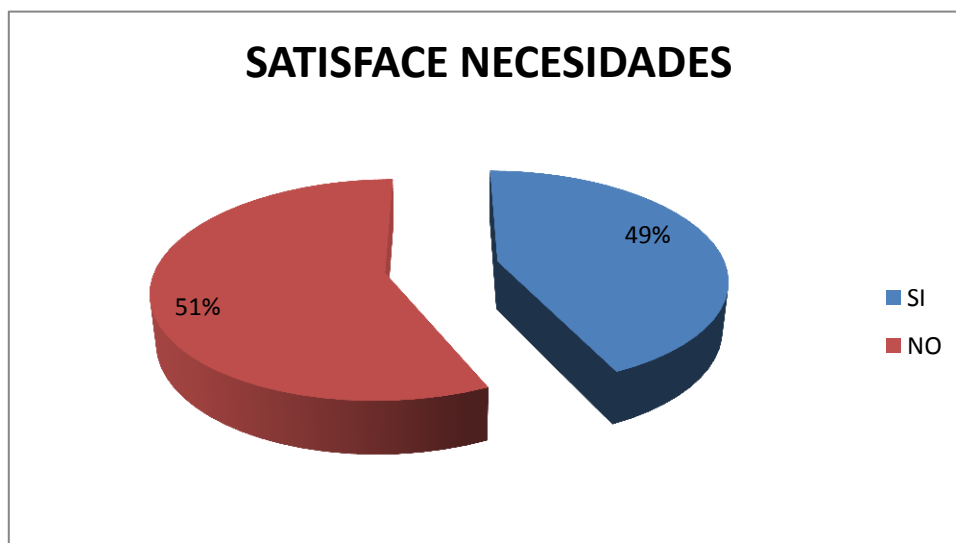
Cuadro N° 6
SATISFACE NECESIDADES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	66	49%
No	87	51%
Nunca	0	0%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 6



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 49% de los encuestados supieron manifestar que los arreglos florales que adquieren si satisfacen sus necesidades al momento de comprarlos, mientras que el 51% de ellos manifestaron que no satisfacen las necesidades al momento de adquirir un arreglo floral personalizado para las ocasiones especiales.

Pregunta N° 7.

¿Dónde adquiere los arreglos florales personalizados?

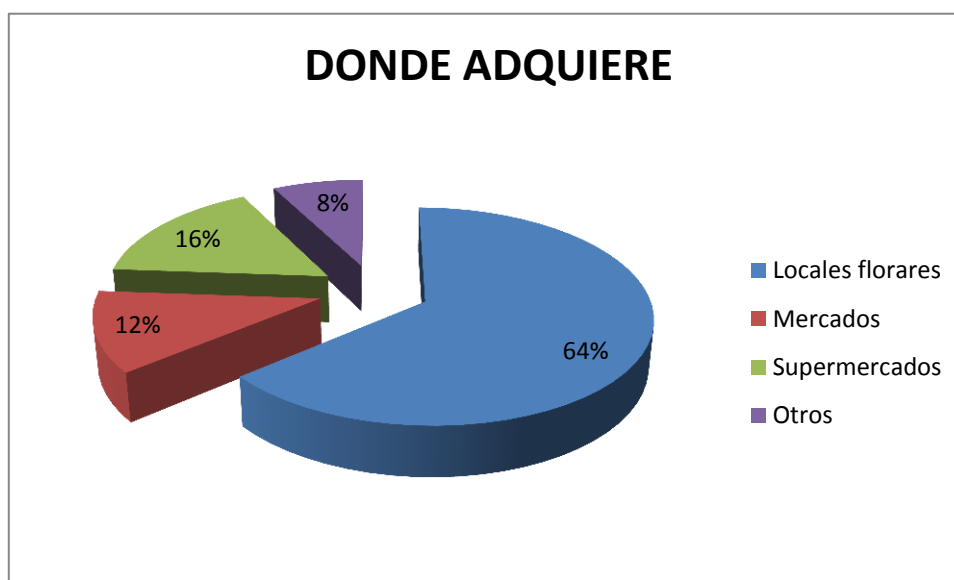
**Cuadro N° 7
DONDE ADQUIERE**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Locales florales	62	64%
Mercados	14	12%
Supermercados	22	16%
Otros	55	8%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 7



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas se deduce que el 64% de los encuestados manifestaron que adquieren los arreglos florales personalizados en locales florales, el 12% lo adquieren en los mercados de la localidad, el 16% lo hacen en los supermercados que se encuentran en la localidad y el 8% en otros lugares de venta de este tipo de productos.

Pregunta N° 8.

¿Qué tipo de presentación o envoltura le gustaría que tenga el producto? Escoja una opción por favor.

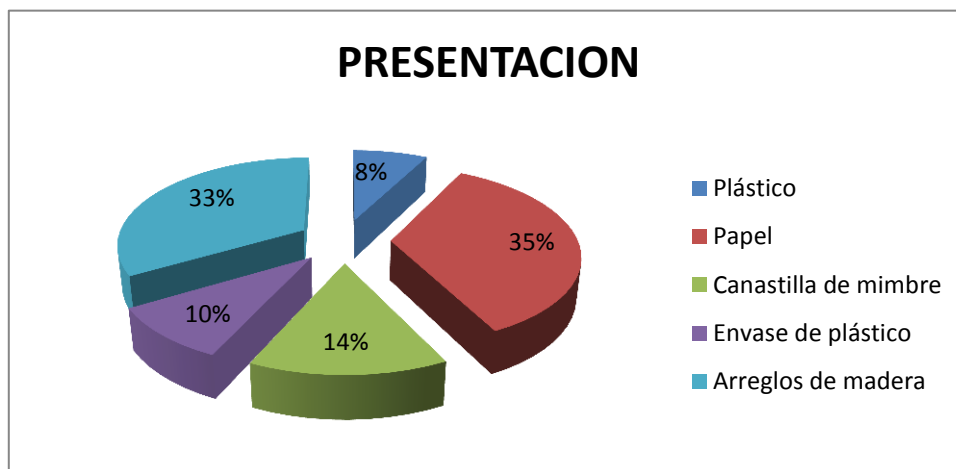
**Cuadro N° 8
PRESENTACION**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Plástico	9	8%
Papel	59	35%
Canastilla de mimbre	18	14%
Envase de plástico	9	10%
Arreglos de madera	58	33%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 8



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 8% de los encuestados manifestaron que la presentación que ellos desearían que tengan los arreglos florales personalizados sean es envoltura de plástico, el 35% de ellos manifestaron que les gustaría que sea en envoltura de papel, el 14% en canastilla de mimbre, el 10% en envase de plástico y el 33% en arreglo de madera.

Pregunta N° 9.

¿Qué es lo que más le llama la atención en este tipo producto? Escoja una sola opción por favor.

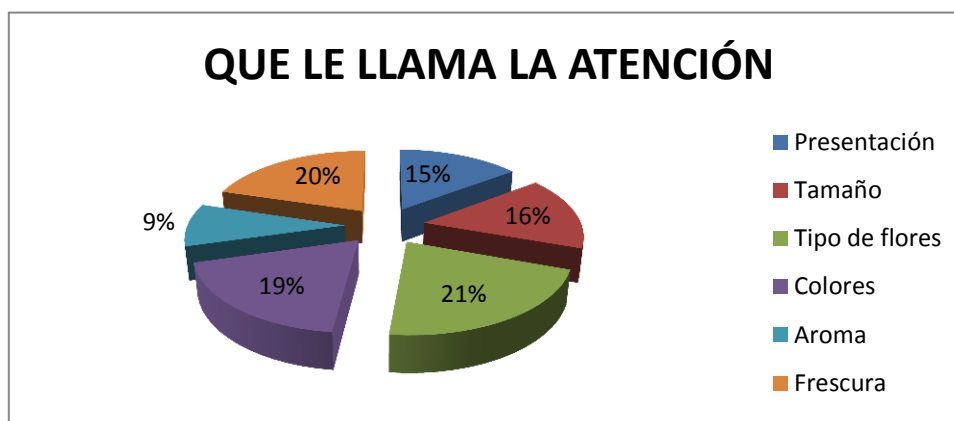
**Cuadro N° 9
QUE LE LLAMA LA ATENCIÓN**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Presentación	29	15%
Tamaño	31	16%
Tipo de flores	42	21%
Colores	37	19%
Aroma	18	9%
Frescura	40	20%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 9

**ANÁLISIS E INTERPRETACION.**

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 15% de los encuestados manifestaron que les llama más la atención de un producto es su presentación, el 16% dijeron que es el tamaño que tiene el producto, el 21% es que les llama la atención los tipos de flores que tiene el arreglo, el 19% los colores, el 9% manifestaron el aroma y el 20% de ellos manifestaron que les llama la atención es la frescura del producto.

Pregunta N° 10.

¿Qué medio de comunicación televisivo usted prefiere?

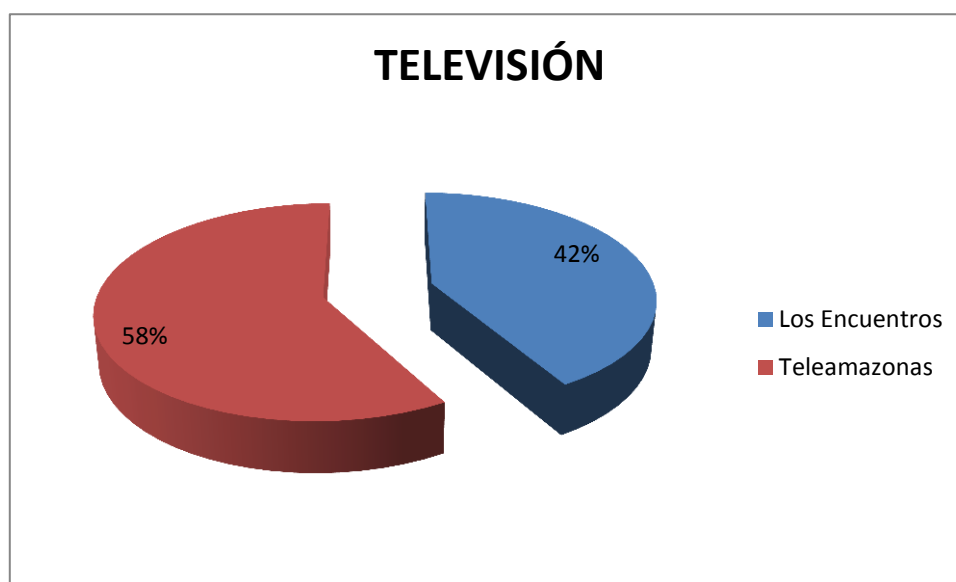
**Cuadro N° 10
TELEVISIÓN**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Los Encuentros	72	42%
Teleamazonas	81	58%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 10



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 42% de los encuestados manifestaron que el medio televisivo que prefiere es la televisión Los Encuentros que está en el cantón, mientras que el 58% de ellos manifestaron que son otros medios de televisión que son de nivel local y nacional.

Pregunta N° 11.

¿Qué medios de comunicación radial usted prefiere?

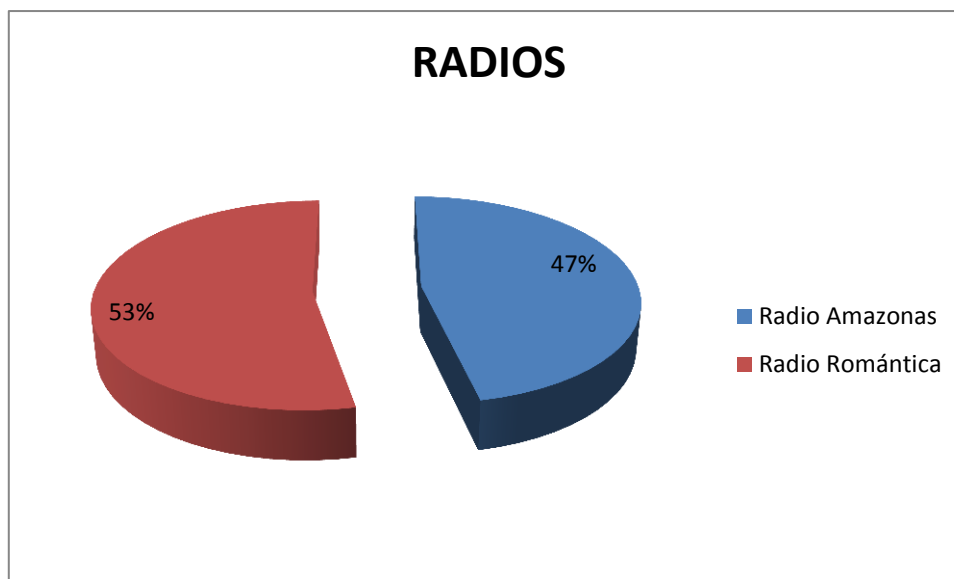
**Cuadro N° 11
RADIOS**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio Amazonas	67	47%
Radio Romántica	86	53%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 11



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 47% de los encuestados manifestaron que el medio radial que prefiere es radio Amazonas que está en el cantón, mientras que el 53% de ellos manifestaron que es radio Romántica, estos medios radiales se encuentran en el cantón.

Pregunta N° 12.

¿Qué medios de comunicación escrito usted prefiere?

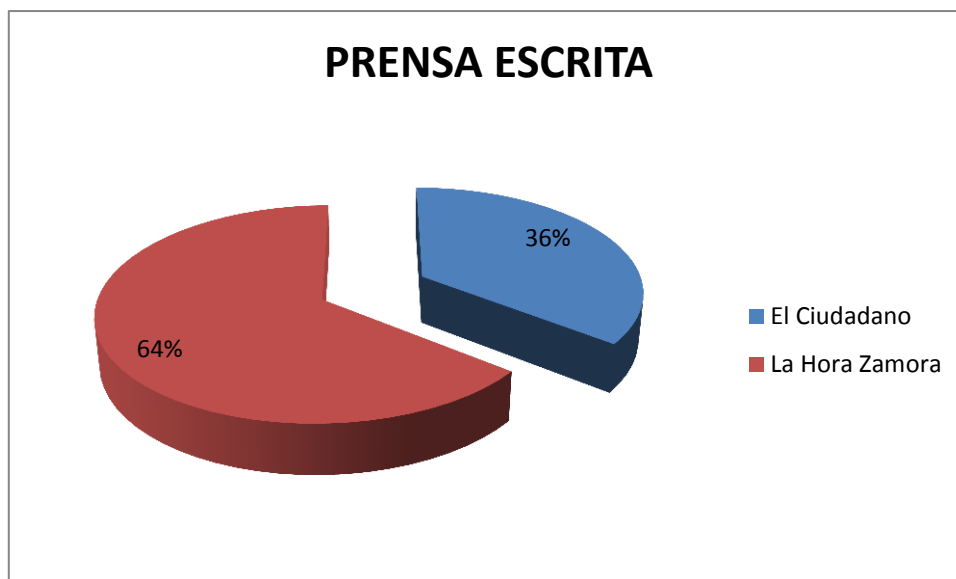
**Cuadro N° 12
PRENSA ESCRITA**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
El Ciudadano	50	36%
La Hora Zamora	103	64%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 12



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas , el 36% de los encuestados manifestaron que el medio de comunicación escrito que prefiere El Ciudadano que está en el cantón, mientras que el 64% de ellos manifestaron que es La Hora Zamora que está a nivel local y nacional.

Pregunta N° 13

¿En caso de implementarse una empresa productora de arreglos florales personalizados en la ciudad de Yantzaza, adquiriría usted el producto?

**Cuadro N° 13
EMPRESA NUEVA**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	128	82%
No	25	18%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 13

**ANALISIS E INTERPRETACION.**

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 82% de los encuestados manifestaron que en caso de implementarse una empresa de arreglos florales personalizados en la ciudad de Yantzaza ellos si adquirirían este producto, mientras que el 18% de ellos manifestaron que no lo harían, teniendo un buen porcentaje de aceptación de la empresa.

Pregunta N° 14.

¿Dónde le gustaría adquirir los arreglos florales personalizados?

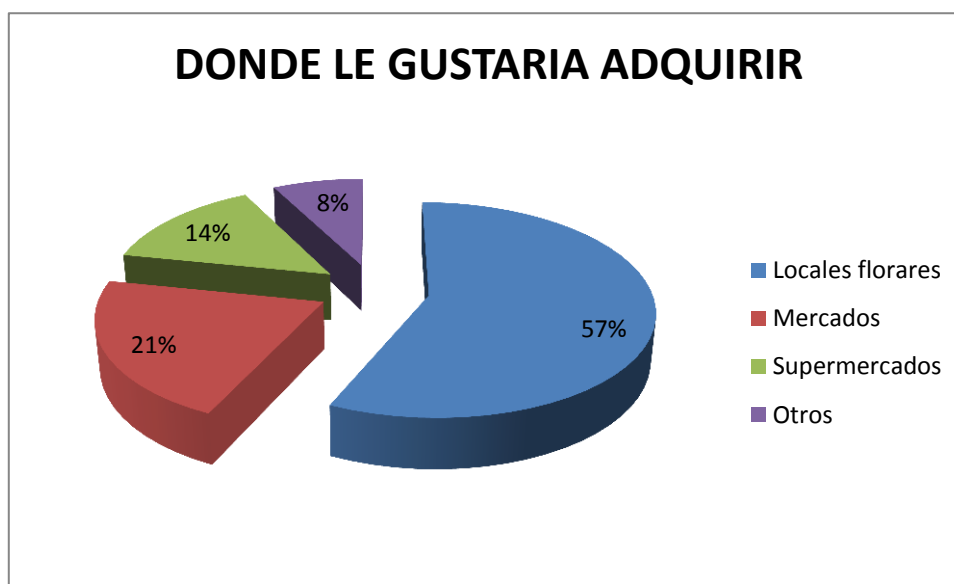
**Cuadro N° 14
DONDE LE GUSTARIA ADQUIRIR**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Locales florales	95	57%
Mercados	32	21%
Supermercados	18	14%
Otros	8	8%
TOTAL	153	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 14



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, se deduce que el 57% de los encuestados manifestaron que les gustaría adquirir los arreglos florales personalizados en locales florales, el 21% lo adquirirían en los mercados de la localidad, el 14% lo harían en los supermercados que se encuentran en la localidad y el 8% en otros lugares de venta de este tipo de productos.

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS ESTABLECIMIENTOS DE VENTA DE ARREGLOS FLORALES EN EL CANTON YANTZAZA.

Pregunta N° 1.

¿Vende usted arreglos florales personalizados en su establecimiento?

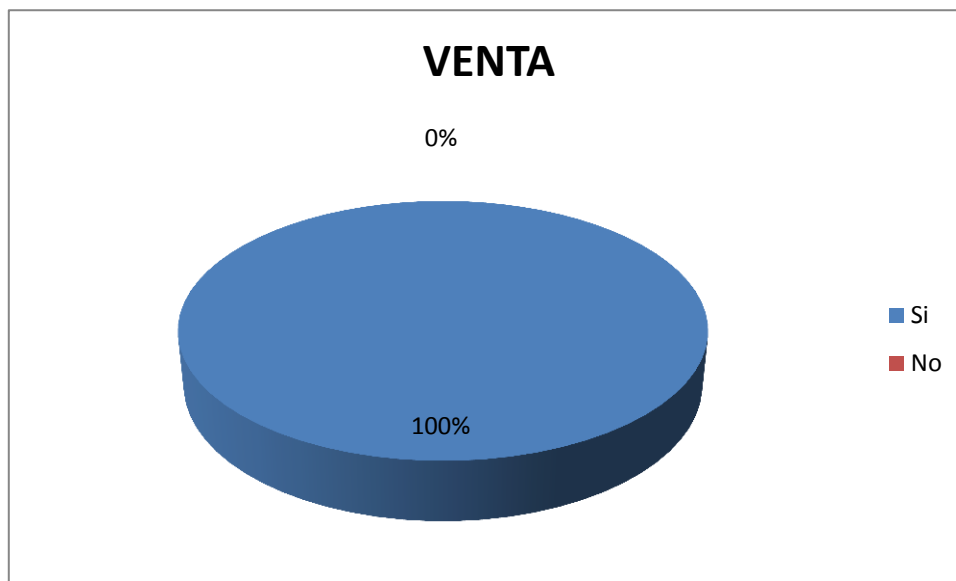
Cuadro N° 15
VENTA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a oferentes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 15



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 100% de los oferentes que fueron encuestados venden arreglos florales personalizados en el establecimiento de su propiedad.

Pregunta N° 2

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

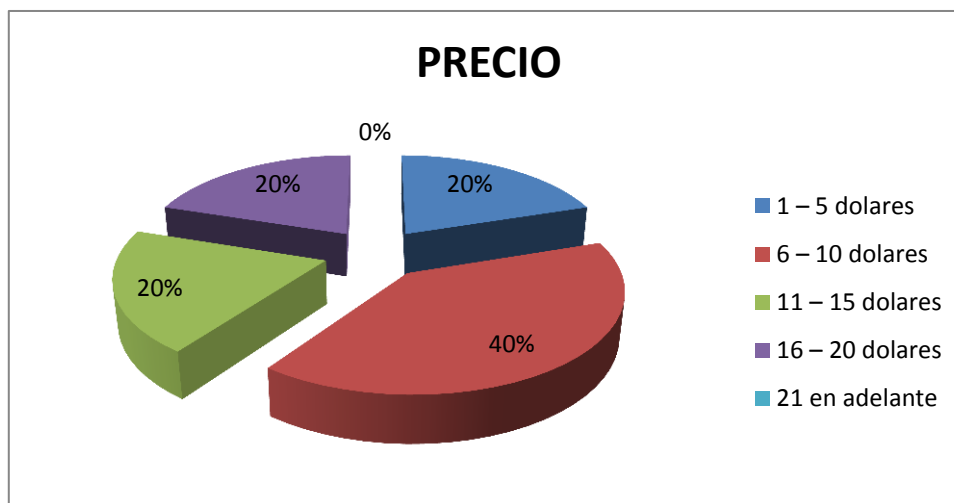
Cuadro N° 16
PRECIO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 – 5 dólares	1	20%
6 – 10 dólares	2	40%
11 – 15 dólares	1	20%
16 – 20 dólares	1	20%
21 en adelante	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a oferentes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 16



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 20% de los oferentes encuestados manifestaron que el precio de venta de los arreglos florales personalizados van de 1 a 5 dólares, el 40% de ellos los venden de entre 6 a 10 dólares, el 20% los venden de entre los 11 a 15 dólares, el 20% de 16 a 20 dólares y ninguno los venden por más de los 21 dólares.

Pregunta N° 3.

¿Cuántos arreglos florales personalizados vende usted diariamente?

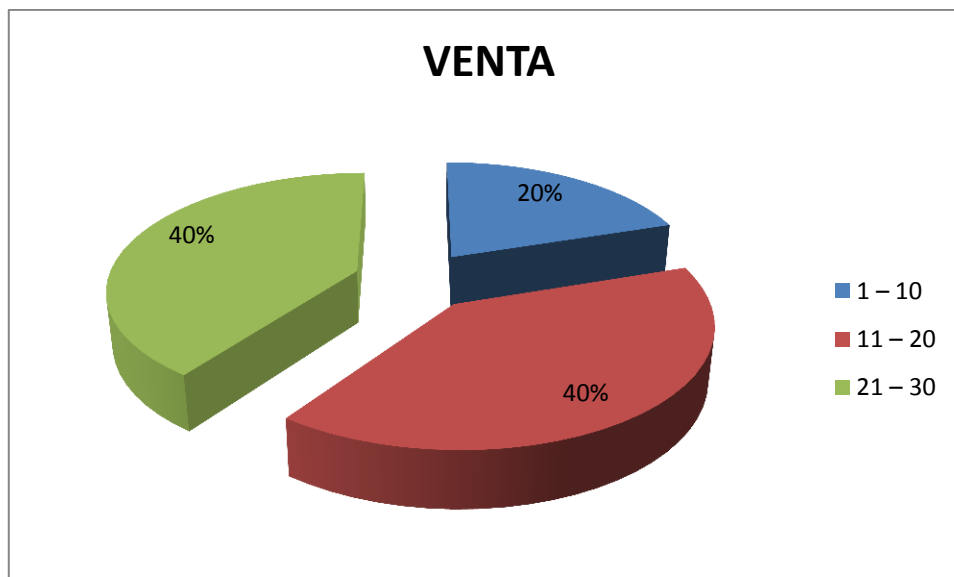
Cuadro N° 17
VENTA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 – 10	1	20%
11 – 20	2	40%
21 – 30	2	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a oferentes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 17



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de las encuestas aplicadas, el 20% de los encuestados manifestaron que venden de 1 a 10 arreglos florales personalizados al mes, el 40% lo hacen de entre 11 a 20 arreglos florales al mes y el 20% lo hacen de entre 21 a 30 arreglos florales al mes.

Pregunta N °4.

¿Por qué medio de comunicación da a conocer sus productos?

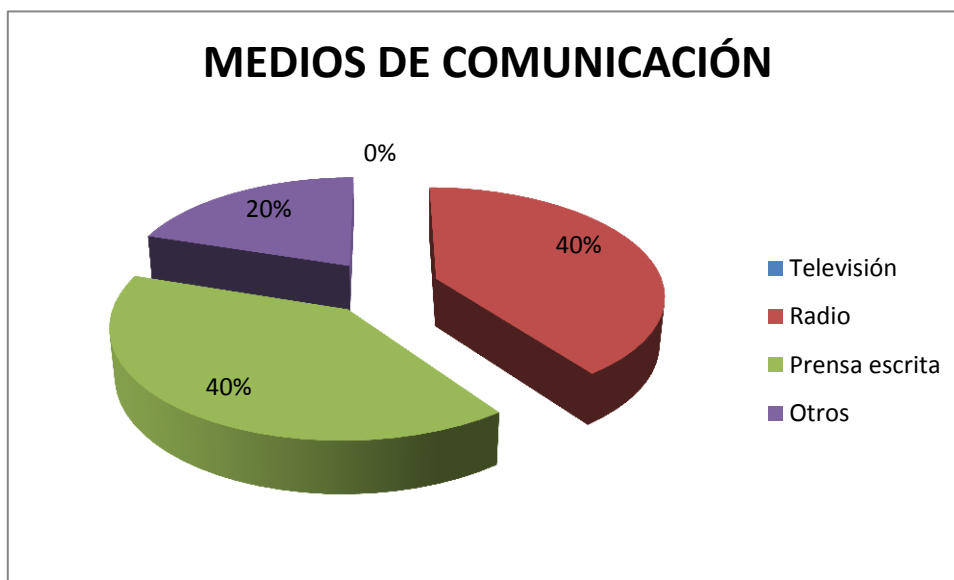
Cuadro N° 18
MEDIO DE COMUNICACIÓN

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	0	0%
Radio	2	40%
Prensa escrita	2	40%
Otros	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta aplicada a oferentes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico N° 18



ANALISIS E INTERPRETACION.

Del total del 100% de los encuestados, el 40% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que el medio de comunicación que utilizan para hacer conocer sus productos es la radio, el 40% de ellos utilizan la prensa escrita y el 20% de ellos otros medios de comunicación o publicidad.

g. DISCUSIÓN.

ESTUDIO DE MERCADO.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Con el análisis de la demanda se determina y cuantifica la cantidad del producto que requiere nuestro mercado objetivo, en este caso la cantidad de arreglos florales personalizados y de esta forma poder dirigir eficientemente los recursos disponibles que se tiene para este proyecto.

Demanda Potencial.

La demanda potencial se determinó con la *PEA (Población Económicamente Activa)*, considerando que el cantón Yantzaza, de acuerdo al censo del INEC del año 2010, existían 18.675 habitantes, cuya PEA fue del 52% o sea 9.711 PEA. Además se consideró un crecimiento poblacional del 2,77%.²⁹ Dando para el año 2015 la cantidad de 10.130 PEA.

Para determinar la demanda potencial, se toma como base la Pregunta No. 1 Que dice: **¿Acostumbra usted a adquirir flores naturales?**, en la que el 51%, indicaron que sí; quienes se consideran como demandantes potenciales; para ello se toma en primer lugar a la población de estudio que es la PEA de Yanzatza para el año 2015 que es de 10.130 a la cual se multiplica X 51% DP, dando como resultado 5.166 demandantes potenciales. Dicha población de estudio se proyectó para 10 años de la vida útil del proyecto, por lo que se consideró la tasa de crecimiento poblacional para

²⁹ INEC 2010g

Yantzata que es el 2.27% anual conforme se demuestra en el siguiente cuadro.

DEMANDA POTENCIAL
Cuadro N° 19

AÑO	PORCENTAJE INCREMENTO POBLACIONAL DEL CANTÓN YANTZAZA (2.77%)	DEMANDA POTENCIAL 51%
0	10.130	5.166
1	10.410	5.309
2	10.698	5.455
3	10.994	5.606
4	11.298	5.761
5	11.610	5.921
6	11.931	6.084
7	12.261	6.253
8	12.600	6.426
9	12.949	6.603
10	13.307	6.786

Fuente: Cuadro 1.

Elaboración: La Autora.

Se calcula:

Proyección Poblacional=

$$\begin{aligned}
 Pf &= Pa (1+i)^n \\
 Pf &= 10.130 (1+0.00277)^{10} \\
 Pf &= 13.307 \text{ PEA. (AÑO 2025)}
 \end{aligned}$$

FORMULA DEMANDA POTENCIAL

DP= Población de estudio X % demanda Potencial

DP= 10.130 (PEA Yanzatza 2015) X 51%

DP= 5.166

CONSUMO PER CÁPITA DE LA POBLACIÓN DE ESTUDIO

El concepto conocido de per cápita significa 'por cada cabeza'. Este término es utilizado normalmente en el ámbito de las estadísticas, ya sean estas sociales, económicas o de cualquier tipo y también es común usarlo para hacer referencia a diferentes tipos de divisiones o distribuciones entre grupos o comunidades de personas ya que siempre da a entender cuánto recibe o percibe cada una de esas personas.

Para proceder a realizar el respectivo análisis de la demanda y la oferta, es necesario primeramente determinar el promedio de consumo del producto per cápita anual de la población de estudio, en el siguiente cuadro se detalla esta información:

CONSUMO PROMEDIO PER CAPITA
Cuadro N° 20

Alternativas	Frecuencia	x/2	XM
1 – 2	102	1.5	153
3 – 4	38	3.5	133
5 – 6	13	5.5	71.5
7 – 8	2	7.5	7.5
TOTAL	153		365

Fuente: Cuadro 3.
Elaboración: La autora.

Se calcula:

FÓRMULA:

PER CÁPITA = Total XM / Frecuencia Total

Consumo Promedio Per Cápita = 365 / 153

Consumo Promedio Per cápita mensual = 2.38 = 2

Promedio de Consumo per cápita Anual es de = 2 arreglos florales al mes
esto por 12 meses = 24 anuales.

Demanda Real.

La demanda real para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes “definido”, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia definido, bajo un programa de mercadotecnia.

La demanda real se considera a la población segmentada que realmente adquiere arreglos florales personalizados, se tomó como referencia la Pregunta No. 2, que dice: **¿Adquiere usted arreglos florales personalizados?**, de los resultados consta que el 78% adquiere el producto, por lo tanto la demanda real sería el 78% de 5.166, el cuadro se detalla la proyección respectiva a 10 años:

DEMANDA REAL
Cuadro N° 21

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 78%	USO PERCÁPITA	DEMANDA REAL PERCÁPITA
0	5.166	4,030	24	96,713
1	5.309	4,141	24	99,386
2	5.455	4,256	24	102,136
3	5.606	4,373	24	104,962
4	5.761	4,494	24	107,864
5	5.921	4,618	24	110,843
6	6.084	4,746	24	113,908
7	6.253	4,877	24	117,058

8	6.426	5,012	24	120,295
9	6.603	5,151	24	123,627
10	6.786	5,294	24	127,045

Fuente: Cuadro 2 y 19.

Elaboración: La autora.

Se calcula:

FORMULA DEMANDA REAL

DR= Demanda Potencial X % Demanda Real

DR= 10.130 (PEA Yanzatza 2015) 5.166 X 78%

DR= 4.029

Demanda Efectiva

La demanda efectiva es el conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado. La Demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo.

Para determinar la demanda efectiva se consideró la pregunta No. 14 **¿En caso de implementarse una empresa productora de arreglos florales personalizados en la ciudad de Yantzaza, adquiriría usted el producto?**

En donde la pregunta dice que el 82% manifestó que sí. En el cuadro siguiente detallamos los resultados y la proyección respectiva.

DEMANDA EFECTIVA

Cuadro N° 22

AÑO	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA 82%
0	96,713	79,305
1	99,386	81,497
2	102,136	83,751
3	104,962	86,069
4	107,864	88,449
5	110,843	90,891
6	113,908	93,404
7	117,058	95,988
8	120,295	98,642
9	123,627	101,374
10	127,045	104,177

Se calcula:

FORMULA DEMANDA EFECTIVA

DE= Demanda Real per cápita X % Demanda Efectiva

DE= 4.029 X 82%

DE= 3.303

FORMULA DEMANDA EFECTIVA ANUAL EN UNIDADES

DEU= Demanda Efectiva X Consumo Per cápita

DEU= 96.713 X 82%

DEU= 79.305 ARREGLOS FLORALES.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo unas condiciones de mercado

Con el análisis de la oferta se determina la cantidad de arreglos florales que los oferentes han colocado en el mercado, por lo que se ha investigado a la competencia en relación a la cantidad del producto, servicios que presta, sus costos, promociones e infraestructura.

En este caso en particular, para poder medir la oferta, se debe tomar en cuenta la información proporcionada en la encuesta a los oferentes, del Cuadro No. 17, que dice: **¿Cuántos arreglos florales personalizados vende usted al mes?** de esta manera se tiene que:

PROMEDIO MENSUAL DE OFERTA DEL PRODUCTO Cuadro N° 23

CANTIDAD DE VENTA	FRECUENCIA	XM	PROMEDIO DE VENTA	TOTAL DEL PRODUCTO OFERTADO MENSUAL	
1 – 10	1	5.5	5,5	165	
11 – 20	2	15.5	31,00	930	
21 – 30	2	25.5	51	1.530,00	
TOTAL	5			2.625,00	

Fuente: Cuadro 17.

Elaboración: La autora

El producto ofertado mensual es $2.625,00/5 =$

525 arreglos florales x 12 meses = **6.301**

arreglos florales al año.

Se calcula:

FÓRMULA:

VENTA PER CÁPITA = Oferta mensual / Frecuencia Total X 12 meses

VENTA PER CÁPITA = 2.625 / 5 X 12

VENTA PER CÁPITA = 6.301

De esta manera se ha determinado que los oferentes venden un total de 6.301 arreglos florales al año base; para poder proyectar este valor a los 10 años de vida útil del proyecto tomamos en cuenta la tasa de crecimiento empresarial del Cantón Yantzaza, que según datos obtenidos en la página ecuadorencifras.com, que es del 4,03%.³⁰

PROYECCION DE LA OFERTA
Cuadro N° 24

AÑO	TOTAL DEL PRODUCTO ANUAL (4,03%)
0	6,301
1	6,555
2	6,819
3	7,094
4	7,380
5	7,677
6	7,987
7	8,308
8	8,643
9	8,992
10	9,354

Fuente: Cuadro 33

Elaboración: La autora.

³⁰ ECUACIFRAS.2014.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

En esta etapa se va a determinar la demanda insatisfecha, la misma que se obtiene de restar la Demanda efectiva de la oferta y sirve para determinar la cantidad de arreglos florales que aún no han sido cubiertos por los oferentes.

A continuación detallamos.

DEMANDA INSATISFECHA
Cuadro N° 25

AÑO	DEMANDA EFECTIVA ANUAL	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	79,305	6,301	73,004
1	81,497	6,555	74,942
2	83,751	6,819	76,932
3	86,069	7,094	78,975
4	88,449	7,380	81,069
5	90,891	7,677	83,214
6	93,404	7,987	85,418
7	95,988	8,308	87,679
8	98,642	8,643	89,998
9	101,374	8,992	92,382
10	104,177	9,354	94,823

Fuente: Cuadros 22 y 24.

Elaboración: La autora.

Se calcula:

FORMULA DEMANDA INSATISFECHA

DI= Demanda Efectiva Anual - Oferta

DI= 79.305-6.301

DI= 73.004

Por lo que se puede determinar que para el año base, hay una demanda insatisfecha de **73.004 arreglos florales personalizados por cubrir.**

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

En el Plan de Comercialización se define la estrategia que permite llegar con toda la información necesaria al mercado objetivo, para lo cual se elabora el presente Plan de Comercialización, a fin de que la empresa comercializadora de arreglos florales personalizados se pueda posicionar fácilmente en el mercado del Cantón Yantzaza.

Para el diseño de la estrategia comercial, se enfocará en los resultados de la demanda y de la oferta en relación a las 4 P de mercadeo, que son: producto, precio, plaza y promoción.

PRODUCTO.

La empresa de arreglos florales personalizados, se enfocará a producir y comercializar arreglos florales personalizados, de diversas formas y el producto tendrá una presentación que permitirá su visibilidad con amplitud de toda sus flores, de tal manera que los clientes puedan apreciar con amplitud sin tocarla y que la presentación sea un elemento importante del marketing, por cuanto es la primera impresión que se lleva el cliente, no solo del producto sino también de la empresa de donde proviene el mismo.

IMAGEN CORPORATIVA

EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS

“BANEFLOR”

Gráfico N° 19
LOGOTIPO



ESLOGAN

**“EL MEJOR REGALO PARA TODA
OCASIÓN”**

PRECIO.

Políticas de Precio

Se considera que el precio es una de las cuatro variables principales que se debe controlar continuamente, por lo tanto el precio es analizado de la siguiente manera:

1.- Se debe considerar que los precios que sean flexibles, acordes a la situación económica, y de acuerdo a la competencia en el mercado local.

3.- Se tomaran en cuenta los costos de producción y el margen de utilidad de acuerdo a la competencia.

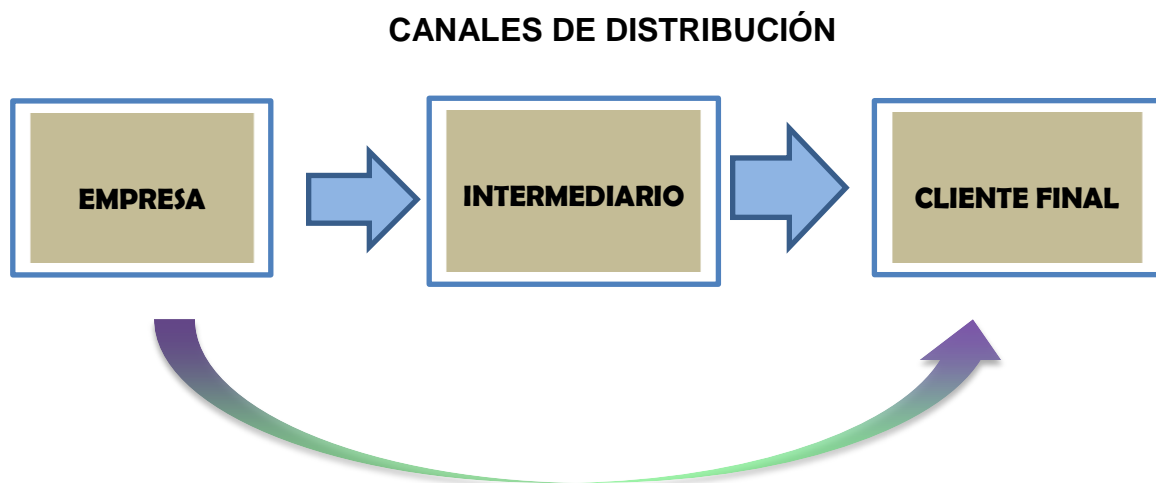
PLAZA.

Para ofertar el producto, se ha considerado como plaza el Cantón Yantzaza, donde se llevará a efecto la comercialización con la finalidad de llegar con el producto hasta el consumidor final.

Esto conlleva a utilizar dos canales de comercialización claramente definidos:

1) VENTA DIRECTA DE LA EMPRESA.- El consumidor final podrá realizar los pedidos directamente a la empresa.

Gráfico N° 20



El primer canal indica que la empresa venderá el producto directamente de la empresa al cliente final.

El segundo canal permitirá que la empresa comercialice a distribuidores como mercados, supermercados, floristerías, ferias libres y más lugares de expendio y a la vez que estos sub-distribuyan al cliente final.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

En cuanto a la promoción se tiene previsto distribuir hojas volantes en lugares estratégicos del Cantón Yantzaza y la publicidad es tomada en consideración que la mayoría de encuestados desean ser informados a través de la televisión y la Radio para esto se ha considerado destinar un rubro aproximado mensual para el pago de publicidad .

Televisión.

Paquete Publicitario de la Televisión Los Encuentros:

- ✓ 2 spots publicitarios de 30 segundos los días lunes, miércoles y viernes a las en el transcurso de los programas desde las 08H00 hasta las 10h00.

Radio.

Cuña Publicitaria Radio Romántica:

- ✓ 3 cuñas diarias durante un mes los días lunes, miércoles y viernes, en los horarios de 07H30, 12H45 y 18H30.

Prensa escrita.

Serán publicados 6 anuncios con un valor de 5 dólares cada uno en la Hora Zamora por ser una prensa de mayor circulación a nivel del cantón Yantzaza.

PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN**Cuadro N° 26**

DETALLE	CANTIDAD	V. Unitario	V. Mensual	Valor Anual
Televisión Los Encuentros	6	15	90	1.080
Radio Romántica	9	3	27	324
La Hora Zamora	6	5	30	360
TOTAL				1.764

Fuente: Medios de Comunicación del Cantón Yantzaza.

Elaboración: La Autora.

ESTUDIO TECNICO.

El Estudio Técnico del presente proyecto se determina con el tamaño ideal del proyecto, la localización y la distribución física y su ingeniería para la puesta en marcha del mismo.

TAMAÑO DEL PROYECTO.

En el tamaño del proyecto se va a determinar con exactitud con los factores que intervienen directamente en la capacidad instalada, es decir la demanda y la oferta, para lo cual se ha considerado los resultados obtenidos en el estudio de mercado, en cuanto se refiere a la cuantificación de la demanda insatisfecha del producto.

El tipo de arreglos florales personalizados y su comercialización en el Cantón Yantzaza van a ser diversos, los mismos que un macetero o en un envase de

plástico; estos arreglos florales personalizados se los produce y exige condiciones climáticas de invernadero durante el día.

CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad instalada es el nivel de producción máximo al que podría llegar la empresa productora de arreglos florales personalizados, utilizando el 100% de la capacidad de cada uno de los factores que comprenden el proceso productivo y se estipulada el tiempo utilizado para las jornadas de trabajo que hay que considerar.

DETERMINACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA.

Con la capacidad instalada que tendrá cada proceso productivo de los arreglos florales personalizados se podrá producir 19.968 de ellos en forma anual.

En la capacidad instalada de la empresa productora de arreglos florales personalizados se considera la utilización de los recursos adecuados como herramientas, materiales, mano de obra directa que van a ser de 2 obreros que laborarán jornadas de 8 horas por día, y cinco días laborables por semana, por 52 semanas que tiene el año.

La capacidad instalada se determina por el número de arreglos florales que elaborará cada obrero por hora, es decir $4 \text{ arreglos} \times \text{hora} \times 8 \text{ horas diarias} \times 6 \text{ días laborables a la semana} \times 52 \text{ semanas al año}$, dando un total de 9.984 ramos por obrero $\times 2$ obreros, con un total de 19.968 ramos al año:

CAPACIDAD INSTALADA
Cuadro N° 27

CAPACIDAD INSTALADA				
Número de obreros	Arreglos florales personalizados x hora	Arreglos florales personalizados x 8 horas diarias	Arreglos florales personalizados por 6 días a la semana	Arreglos florales en 52 semanas anuales
1	4	32	192	9.984
1	4	32	192	9.984
TOTAL ARREGLOS PERSONALIZADOS AL AÑO				19.968

Fuente: Capacidad Instalada
Elaborado por: La Autora.

ATENCIÓN AL MERCADO
Cuadro N° 28

AÑO	DEMANDA INSATISTECHA	% DE ATENCIÓN	CAPACIDAD INSTALADA
1	73.004	27,35%	19.968

Fuente: Cuadros 22 y 24.
Elaboración: La autora.

Con la instalación de la empresa de arreglos florales personalizados, estamos en la capacidad de cubrir el 27,35% de la demanda insatisfecha.

CAPACIDAD UTILIZADA.

La capacidad utilizada significa que cuando una empresa inicia sus actividades no debe utilizar el 100% de su capacidad instalada, porque los factores que intervienen en el proceso de producción no alcanzan el total grado de confianza.

Hay la necesidad de hacer frente a ciertos componentes que no permiten tener seguridad absoluta, tales como: acceso del producto al mercado, ajuste del proceso de fabricación, capacitación laboral, he creído conveniente:

1. Un adiestramiento al personal por el lapso de 1 año a los trabajadores para llegar a una optimización de todos los recursos.
2. Capacitación a todos los trabajadores con las tendencias actuales y sofisticadas sobre arreglos florales
3. De acuerdo a la oportunidad de introducción del producto en el mercado, es necesario ampliar poco a poco el volumen de capacidad utilizada hasta llegar a su límite máximo permitido.
4. La puesta en marcha del proyecto tendrá en cuenta que del primer al tercer año se tendrá una producción del 90%, del cuarto al sexto año el 95%, del séptimo al décimo año el 100%. Por lo tanto para el primer año con la capacidad utilizada del 90%, se tiene previsto producir 17.971 arreglos florales personalizados.

La capacidad utilizada es una medida de lo cerca que está el sector manufacturero de funcionar a plena capacidad. Se entiende por “plena capacidad”, a la capacidad práctica sostenible, o el nivel más grande de producción que una planta puede mantener dentro del marco de un plan de trabajo realístico, teniendo en cuenta el tiempo de inactividad normal y

asumiendo una disponibilidad suficiente de las entradas a fin de operar la maquinaria y el equipo instalados.

De esta manera realizamos la proyección para 10 años en el cuadro siguiente:

CAPACIDAD UTILIZADA

Cuadro N° 29

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje a Utilizarse	Capacidad Utilizada
1	19.968	80%	15,974
2	19.968	80%	15,974
3	19.968	85%	16,973
4	19.968	85%	16,973
5	19.968	90%	17,971
6	19.968	90%	17,971
7	19.968	95%	18,970
8	19.968	95%	18,970
9	19.968	95%	18,970
10	19.968	95%	18,970

Fuente: Capacidad utilizada.

Elaborado por: La Autora.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

MACROLOCALIZACIÓN.

El proyecto se encuentra ubicado en el Cantón Yantzaza de la Provincia de Zamora Chinchipe.

Yantzaza es uno de los cantones que conforman la provincia de Zamora Chinchipe, Ecuador. El origen de su nombre se debe a la presencia del Valle de Yantzaza y a su cabecera cantonal. Al igual que Zamora, comparte límites con los demás cantones en los que se divide la provincia, salvo Chinchipe, Palanda y Nangaritza. Por el Norte colinda con las provincia del Azuay y Morona-Santiago; al Este con el Departamento de Amazonas, Perú. La Cordillera del Cóndor sirve como delimitación entre los dos países. El cantón es popularmente conocido también como El Valle de las Luciérnagas.

El Cantón Yantzaza se crea en la Provincia de Zamora Chinchipe, el día jueves 26 de febrero de 1981 y publicado en el Registro Oficial Nro. 388; Numeral 55 que dice:

NORTE.- Desde la intersección entre la línea de cumbre de la Cordillera de Campana Urcu y el paralelo geográfico hacia el Este, hasta alcanzar dichas nacientes, de estas el río Pachicutza, aguas abajo, hasta su afluencia en el río Chuchumbleta; de esta afluencia en el río Chuchumbleta aguas abajo, hasta su desembocadura en el río Zamora; de esta desembocadura, el paralelo geográfico hacia el Este, hasta su intersección con los límites Internacionales.

ESTE.- Los límites Internacionales.

SUR.- De los límites Internacionales, el Paralelo Geográfico hacia el Oeste, hasta alcanzar la afluencia de la quebrada Piedra Liza en el río Zamora; de

esta afluencia, la quebrada Piedra Liza, aguas arriba, hasta sus orígenes en el cerro Pan de Azúcar.

OESTE.- Del cerro Pan de Azúcar, la línea de cumbre de la cordillera de Campana Urcu, hacia el Norte, hasta su intersección con el Paralelo Geográfico que viene del Este de las nacientes del río Pachicutza.

Gráfico N° 21

MACROLOCALIZACION DE LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE



Fuente: Internet google.

Elaborado por: La Autora.

MICRO LOCALIZACION

Para realizar en análisis de la Micro localización, se ha considerado tres sectores plenamente definidos y que se encuentran disponibles en la ciudad de Yantzaza, a continuación los detallamos:

- **Ubicación A.** Calles Cóndor Mirador y 22 de Noviembre.
- **Ubicación B.** Calles Zamora y 12 de Febrero.
- **Ubicación C.** Calle José María Velasco y Las Orquídeas.

Factores Determinantes para la Localización

Para la determinación de la ubicación de la empresa productora de arreglos florales personalizados, se ha considerado la disponibilidad de terrenos que analizaremos los diversos factores determinantes de cada una de las localizaciones, que permitan identificar las ventajas y desventajas que poseen cada una de ellas.

Para realizar este análisis, se procedió a elaborar una matriz ponderada de las tres ubicaciones del proyecto, en donde, se dará valores cuantitativos a cada uno de los factores, según su grado de importancia, y de esta forma poder determinar cuál de las ubicaciones (A, B, o C) sería la más ideal para desarrollar el presente proyecto de inversión.

- **Disponibilidad de materia Prima.**- La materia prima para la empresa son todos los materiales, productos o insumos que servirían para poder

producir los arreglos florales personalizados y de esta manera dar un buen producto a los clientes.

- **Costos del terreno.-** Debido a los altos costos de las tierras en la localidad, es importante escoger un lugar donde el costo sea el adecuado y como costo fijo no influya en demasía en los costos totales.
- **Facilidad de acceso para el cliente.-** Es un factor clave para la localización ya que en cierta forma tiene mucho que ver la ubicación de la empresa respecto a los consumidores, tomando en cuenta los gastos de transporte que estos deben realizar para llegar a la misma; por lo tanto la empresa se encontrará en un lugar estratégico de la ciudad.
- **Infraestructura y adecuación del local:** El local donde se ubicará la empresa debe ser amplio y tener las adecuaciones necesarias para la ubicación del equipo.
- **Servicios Generales.-** La empresa se ubica en el sector urbano de la ciudad y por tanto cuenta con los servicios básicos indispensables para el funcionamiento de la misma, esto es: energía eléctrica, agua potable y teléfono.

En base a los aspectos antes mencionados, se han escogido tres alternativas de localización que se someterán a la matriz de ponderación:

Matriz Ponderada

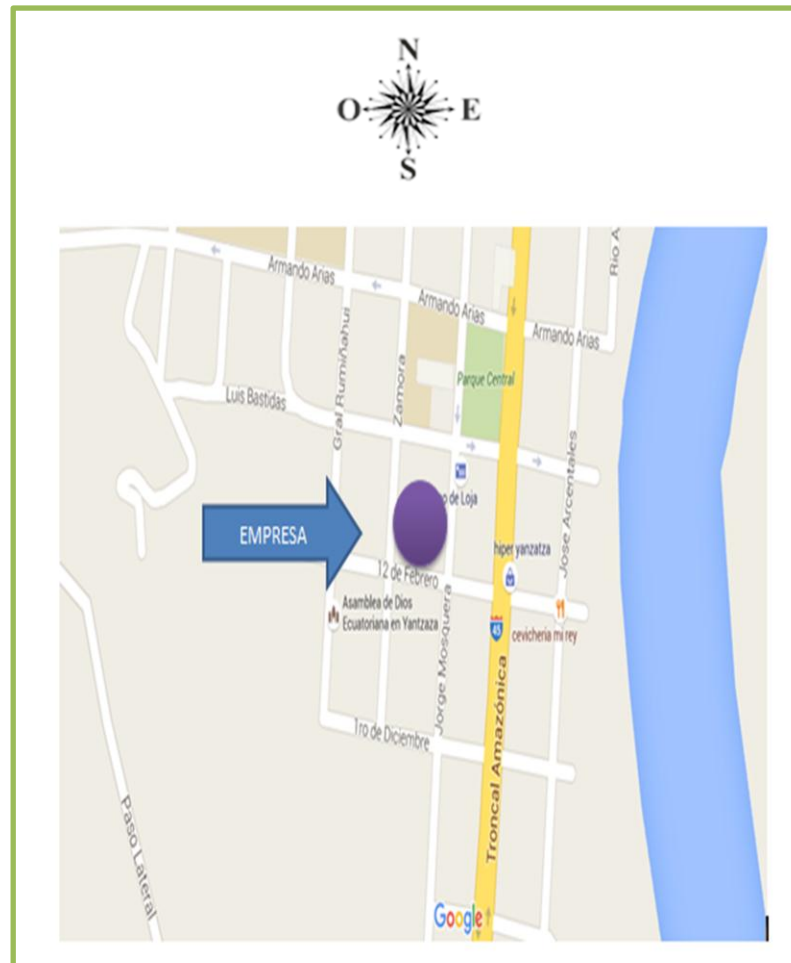
Cuadro N° 30

Factores de Localización	Ponderación/1,00	Opción A	Opción B	Opción C
Disponibilidad de Materia Prima	0,18	0,18	0,17	0,17
Costos del terreno	0,18	0,16	0,18	0,16
Facilidad de Acceso	0,16	0,12	0,12	0,12
Infraestructura	0,16	0,10	0,10	0,10
Servicios Generales	0,14	0,07	0,08	0,08
Disponibilidad mano de obra	0,10	0,06	0,07	0,07
Acceso a transporte	0,10	0,04	0,05	0,05
Total	1,00	0,82	0,88	0,86

Elaborado por: La Autora.

De acuerdo a la matriz de ponderación y al análisis realizado en base a los factores de localización se infiere que el lugar más conveniente para la ubicación de la empresa es la Opción B, el local ubicado en las calles Zamora y 12 de Febrero; debido a que el lugar cumple con los requerimientos necesarios para su implementación, específicamente en lo referente a acceso a mercados, vías de comunicación, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física y más factores detallados en el cuadro que antecede.

Gráfico N° 22



Elaborado por: La Autora.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Es la parte del proyecto que por su naturaleza queda fuera del ámbito de acción de la economía, sin embargo es necesario que éste disponga de ciertos elementos de juicio generales que permitan organizar el equipo a cargo de la elaboración del proyecto, a fin de ordenar sistemáticamente los

coeficientes e indicadores que originándose en el estudio de ingeniería puedan integrarse al cuerpo del proyecto.

La estructuración de la ingeniería permitirá planificar aspectos tales como: Instalación de equipo, funcionamiento, secuencia de procesos y distribución física, de la planta, así como conocer el personal a utilizar.

PROCESO PRODUCTIVO.

Con la finalidad de demostrar la secuencia del proceso productivo a seguir para la transformación de la materia prima en el producto terminado propuesto, se orienta el proceso a seguir:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO:

- 1.- En el florero se vierte un poco de agua y se agrega unas gotas de cloro.
- 2.- Se coloque dentro del florero las flores personalizadas escogidas por el cliente para cubrirlo de forma interna.
- 3.- Se realiza cortes de forma angular de los tallos de las flores, de acuerdo al tamaño del florero, sin que queden demasiado cortas.
- 4.- Se ordene las flores personalizadas una de cada color, y se asegura de que todas tengan el mismo tamaño.
- 5.- Una vez que ha colocado las flores personalizadas en el florero, se añade las ramitas de grama alta de uno y otro lado del florero, como si fuera una especie de puente.

6.- Se añade listones de colores que se los junta iniciando con el color rojo y terminando con el rosa y se amarra en forma de moño mediano alrededor del cuello del florero, después se corta el sobrante y listo.






7.- Se realiza el empaquetado de los arreglos florales personalizados para una presentación en plástico transparente, el mismo que permitirá su visibilidad con toda amplitud.

8.- Se realiza el almacenamiento de los arreglos florales personalizados que son ubicados posteriormente en el área de venta, construidas para el almacenamiento del producto listo para la venta.

DIAGRAMA DE FLUJO.


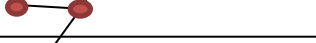
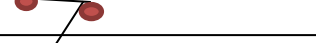
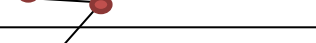
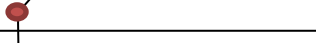
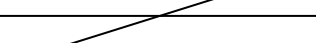
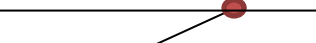
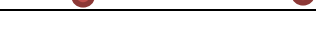
En el diagrama de flujo vamos a representar simbólicamente paso a paso el proceso de producción de la empresa productora de arreglos florales personalizados, para lo cual se utilizará la siguiente simbología:

Gráfico N° 23

SIMBOLOGÍA				
OPERACIÓN	INSPECCIÓN	DEMORA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO
				

Elaborado por: La Autora.

Gráfico N° 24

N°	ETAPAS DEL PROCESO	ACTIVIDADES					TIEMPO EN MINUTOS
		Operación	Inspección	Demora	Transporte	Almacenamiento	
1	Preparación del florero						2
2	Realizar cortes						2
3	Colocar flores						2
4	Ordenar flores						2
5	Añadir ramitas de grama						1
6	Añadir listones de colores						3
7	Empaquetar						1
8	Almacenar						2
TOTAL						15	

Elaborado por: La Autora

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA.

Las instalaciones necesarias para una empresa productora de arreglos florales personalizados, debe incluir las siguientes áreas: Producción y Administrativa. A continuación se presenta una relación de las zonas con las diferentes áreas para garantizar la continuidad de la producción.

DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA

Cuadro N° 31

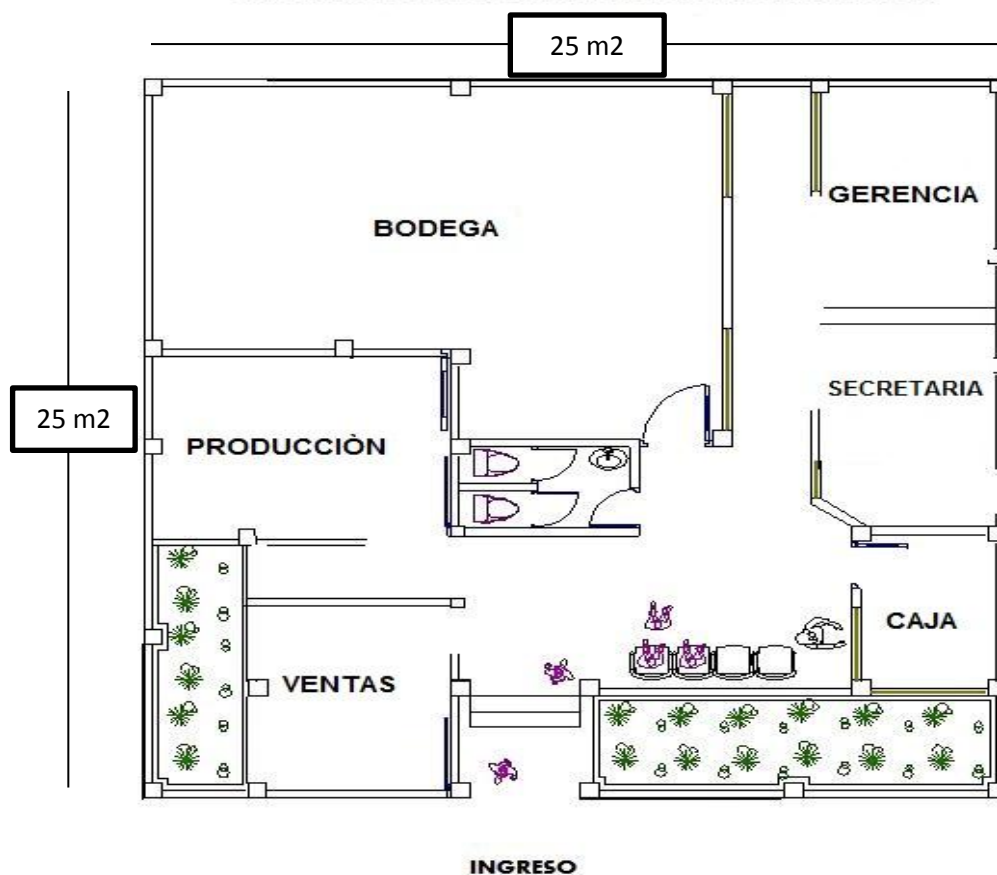
Área de administración.	
Gerencia	
Control Administrativo	Servicios
	Contabilidad
	Comercialización

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico N° 25

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA

**Descripción de las Herramientas a utilizarse en el proceso:**

Bramante o Carretes de alambre.

Cortaalambres.

Tijeras de florista.

Podadera

Descripción de equipos de computación:

Computadora.

Impresora.

UPS y Regulador de Voltaje.

Descripción de equipos de oficina:

Calculadora de Escritorio.

Teléfono Panasonic.

Perforadora.

Grapadora.

Sellos.

Descripción de suministros de oficina:

Resmas de papel bond.

Cinta para impresoras.

Tinta para sellos.

Esferográficos.

Marcadores

Factureros

Carpetas archivadoras de documentos.

Descripción de muebles y enseres:

Escritorio de Madera.

Archivador Metálico.

Sillones de Escritorio.

Sillas Plásticas.

Mesa de Madera.

Bancas de Madera.

Stand Metálico.

RECURSO HUMANO:**MANO DE OBRA DIRECTA.**

Obreros.

MANO DE OBRA INDIRECTA

Jefe de Producción.

ADMINISTRACION

Gerente.

Secretaria / Contadora.

Asesor Jurídico.

Conserje – Guardián.

ESTUDIO ADMINSTRATIVO ORGANIZACIONAL.**Estructura Organizativa.**

La empresa de arreglos florales personalizados “**BANEFLOR**”, en lo referente a su constitución legal se basará en lo establecido en la Ley de la Superintendencia de Compañías, respetando las normas establecidas en este régimen de control para cada una de las empresas nacionales.

La razón social con la que se operará esta empresa será: Empresa de Arreglos Florales Personalizados “**BANEFLOR**”.

ORGANIZACIÓN JURIDICA.**Base legal.**

Para la estructura jurídica se ha previsto la conformación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, conforme el Art. 93 de la Ley de Compañías, que dice:

La Compañía de Responsabilidad Limitada se contrae entre tres o más personas, que sólo responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, acompañada de la abreviatura Cía. Ltda., cuya estructura se adapta al concepto de pequeña, y mediana empresa (Pymes) para beneficiarse de las ventajas que ofrece este tipo de compañía.

La Razón Social será: Empresa de Arreglos Florales Personalizados **“BANEFLOR”**.

ACTA CONSTITUTIVA DEL LA EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR”.

En el Cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe, por propia iniciativa y con el asesoramiento de un Abogado, se reúnen personas naturales que gozan de todos los derechos y han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con fines de lucro, la que tendrá por objeto la producción y comercialización de Arreglos Florales Personalizados en el Cantón Yantzaza; para solicitar la elaboración de la minuta constitutiva que a continuación se detalla:

MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR”.

Señor Notario:

Dígnese insertar el Libro de Registro de Compañías la minuta que a continuación detallo:

En el Cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe, comparecieron Baneza Flores, Claudio Flores y Damián Castillo de nacionalidad ecuatorianos, mayores de edad, capaces de contratar, quienes solicitaron se inscriba la minuta de constitución bajo las siguientes cláusulas:

PRIMERO.- CONSTITUCIÓN: Que actuando por sus propios derechos e intereses y bajo su responsabilidad acordaron reunirse para constituir una empresa productora de Arreglos Florales Personalizados, en el Cantón Yantzaza de la Provincia de Zamora Chinchipe, de responsabilidad limitada, que por esta escritura se constituye, y operará bajo la razón social, **EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR”**. Cuyo domicilio será el Cantón Yantzaza de la Provincia de Zamora Chinchipe.

SEGUNDA.- OBJETO SOCIAL: El objeto principal de la empresa será realizar las actividades de: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS.

TERCERA.- CAPITAL: El capital social de la empresa será dividido en acciones de \$ **100,00** cada acción, que ha sido pagado y depositado íntegramente en la Cuenta Corriente denominada de Integración de Capital del Banco Pichincha por los socios fundadores. La responsabilidad de los socios queda limitada al monto de sus aportes.

CUARTA.- FORMALIDAD: La sociedad llevará un libro de Registro de Socios, inscrito en la Cámara de Comercio de la ciudad de Yantzaza, en el que se anotarán el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación, número de acciones y monto del capital aportado por cada socio, así como los embargos, gravámenes y cesiones que se hubieren efectuado, aun a través de la vía de liquidación o remate.

QUINTA.- ADMINISTRACIÓN: La dirección y administración de la sociedad estarán a cargo de los siguientes órganos: a) La Junta General de Accionistas y/o Socios, b) el Presidente, c) el Gerente.

La Junta General de socios la integrarán los socios reunidos con el quórum de por lo menos el 80% y bajo las demás condiciones establecidas en este Estatuto.

SEXTA.- FUNCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: son las siguientes:

Estudiar y aprobar las reformas estatutarias; Examinar, aprobar o corregir los Balances de fin de ejercicio y las cuentas rendidas por los administradores; Disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en la Ley y el presente Estatuto; Elegir y remover libremente al Presidente y Gerente, así

como fijar la remuneración del último; Elegir, remover libremente y fijar la remuneración que corresponda a los demás funcionarios de su elección; Conocer y aprobar los informes presentados por el Gerente en las reuniones ordinarias y cuando la misma Junta lo solicite; Constituir las reservas que deba hacer la sociedad y demostrar su inversión provisional; Resolver lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios; Decidir sobre el registro y exclusión de socios; Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores de los bienes sociales y el representante legal o contra cualquier otra persona que no hubiere cumplido sus obligaciones u ocasionado daños y perjuicios a la sociedad; Autorizar la solicitud de celebración de convenio provisorio facultativo; Constituir apoderados extrajudiciales, precisándoles sus facultades; y Las demás que le asigne la Ley y este Estatuto.

SÉPTIMA.- DEL PRESIDENTE: La representación de la Compañía estará a cargo del Presidente, quien la representará en todos los actos de tipo legal y financiero y cumplirá con las siguientes disposiciones a más de las que por Ley le corresponden:

Representará y rubricará las actividades legales; Convocará a Junta General de Socios, cuando las dos terceras partes así lo dispongan; Dictará las políticas de la empresa, derivadas de la Junta de Accionistas; Posesionará al Gerente nombrado por la Junta de Accionistas; Se constituirá en apoderado judicial para la defensa de los intereses de la compañía; Firmará los

desembolsos mayores de \$ 2.000,00 y hasta los \$ 5.000,00 dólares americanos.

OCTAVA: DEL GERENTE.- Será el representante legal de la sociedad, y en caso de ausencia temporal y/o definitiva lo remplazará el delegado del Presidente en representación de la Junta General de Accionistas, con idénticas atribuciones.

El Gerente tendrá facultades para ejecutar los actos y contratos acordes con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios sociales. En especial, cumplirá las siguientes funciones:

- a) Uso de la firma o razón social;
- b) Designar al secretario de la compañía, que será también secretario de la Junta General de Socios.
- c) Designar los demás empleados que requiera para el normal funcionamiento de la empresa y fijarles su remuneración, excepto cuando se trate de aquellos que por Ley o por el presente Estatuto deban ser designados por la Junta General de Accionistas.
- d) Corresponde al Secretario llevar los libros de Registro de Socios y de Actas de la Junta General y tendrá además, las funciones adicionales que le encomiende la misma Junta y el Gerente.

- e) Presentar un informe de su gestión a la Junta General de socios en las reuniones ordinarias y efectuar un análisis del Balance General de fin de ejercicio con un proyecto de sugerencias para la distribución de utilidades;
- f) Convocar previa disposición de la Junta General de Socios a reuniones ordinarias y extraordinarias;
- g) Cumplir y hacer cumplir las políticas y disposiciones de la Junta General y del Presidente de la Compañía.
- h) Firmar los desembolsos de dinero hasta \$ 5.000,00 dólares americanos y cuando excedan de este valor solicitará autorización al Presidente y a la Junta General de Accionistas.

NOVENA.- REUNIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: Las reuniones serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los tres primeros meses siguientes al vencimiento del ejercicio fiscal, previa convocatoria del Presidente, hecha mediante comunicación a través de un medio de comunicación escrito y dirigida a cada uno de los socios con ocho (8) días hábiles de anticipación, por lo menos. Si convocada la junta ésta no se reuniere, o si la convocatoria no se hiciere con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer día hábil del cuarto mes del año en curso, a las 16H00, en las oficinas de la administración del domicilio principal.

Las reuniones ordinarias tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección,

determinar las directrices económicas de la compañía, analizar y aprobar las cuentas y Balances del último ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades previo informe de sugerencias del Gerente y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la empresa así lo exijan, previa convocatoria del Presidente y Gerente y/o a solicitud de un número de socios representantes de por lo menos la cuarta parte de los integrantes del Capital Social.

La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará en la misma forma que para las ordinarias, pero con una anticipación de cinco (5) días comunes, a menos que en ellas hayan de aprobarse cuentas y Balances Generales de fin de ejercicio, en cuyo caso se hará con la misma anticipación prevista para las ordinarias. Las reuniones de la Junta General de Socios se efectuarán en el domicilio social. Sin embargo, podrá reunirse válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocatoria, cuando se hallare representada la totalidad de las cuotas que integran el capital social.

DECIMA: RESERVA LEGAL.- La sociedad formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la sociedad deberá seguir aplicando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de

los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

La Junta General de Socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas. Antes de formar cualquier reserva, se harán las apropiaciones necesarias para atender el pago de impuestos. Hechas las deducciones por este concepto y las reservas que acuerde la Junta General de Socios, incluida la reserva legal, el remanente de las utilidades líquidas se repartirá entre los socios en proporción al Capital aportado.

DECIMA PRIMERA: CORTE DE CUENTAS.- Anualmente, el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas y se hará el Inventario y el Balance General de fin de ejercicio que, junto con el respectivo Estado de Pérdidas y Ganancias, el informe del Presidente Gerente y un proyecto de distribución de utilidades, se pondrá a consideración de la Junta General de Socios para su aprobación.

DECIMA SEGUNDA: CESIÓN DE CUOTAS: Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas de aportación, lo que implicará una reforma estatutaria que se hará por escritura pública, previa aprobación de la Junta de Socios (y autorización de la Superintendencia de Compañías.

La escritura será otorgada por el representante legal de la compañía, el cedente y el cesionario. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios a través del representante legal de la compañía, quien

dará traslado por escrito para que dentro de los siguientes quince (30) días hábiles, manifiesten su interés en adquirirlas. El precio, plazo y demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta. Transcurrido este plazo, los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean. En caso de que alguno o algunos no las tomen, su derecho acrecentará a los demás, también a prorrata. Si los socios interesados en adquirir las cuotas no estuviesen de acuerdo respecto del precio o plazo; se designarán peritos, para su fijación, conforme al procedimiento legal, y serán obligatorios para las partes.

DECIMA TERCERA.- TÉRMINO: La sociedad durará por el término de cincuenta años (50 años), contados desde la fecha de inscripción de la presente escritura y se disolverá por las siguientes causas:

- a) Por vencimiento del término de su duración. Si antes no fuere prorrogado válidamente;
- b) Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuyo motivo constituye su objeto;
- c) Por incremento del número de socios a más de veinticinco (25);
- d) Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria de la sociedad;
- e) Por decisión de la Junta General de Socios, adoptada conforme a las disposiciones para las reformas estatutarias y a las prescripciones de Ley;

- f) Por decisión de la autoridad competente en los casos expresamente previstos en la Ley;
- g) Cuando las pérdidas reduzcan el capital por debajo del cincuenta por ciento (50%)
- h) La sociedad continuará (salvo estipulación en contrario) con los herederos del socio difunto en la forma como lo prescribe la Ley; y,
- i) Por las demás causales señaladas en la Ley.

Disuelta la sociedad, se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma legal prevista. El nombre de la sociedad (o su razón social, según el caso), una vez disuelta, se adicionará con la expresión “en liquidación”. Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la Ley.

DECIMA CUARTA: - LIQUIDACIÓN - La liquidación del Patrimonio Social se hará a través de un liquidador y/o su suplente, nombrado por la Junta General de Socios. El nombramiento se inscribirá en el Registro Mercantil. Si la Junta no nombra liquidador o liquidadores, la liquidación la hará la persona que figure inscrita como representante legal de la sociedad en el Registro Mercantil y será su suplente quien figure como tal en el mismo registro. No obstante, podrá hacerse la liquidación por los mismos socios, si así lo acuerdan ellos unánimemente. Quien administre bienes de la sociedad y sea designado liquidador no podrá ejercer el cargo sin que previamente se aprueben las cuentas de su gestión por la Junta General de Socios. Por tanto, si transcurridos treinta (30) días hábiles desde la fecha en que se

designó liquidador, no se hubieren aprobado las mencionadas cuentas, se procederá a nombrar nuevo liquidador. El liquidador informará a los acreedores sociales del estado de liquidación en que se encuentra la sociedad, una vez disuelta, mediante aviso que se publicará en un periódico de mayor circulación en el lugar del domicilio social y que se fijará en lugar visible de las oficinas y establecimientos de comercio del cantón Yantzaza.

Durante el período de liquidación la Junta General de socios se reunirá en las fechas indicadas en los Estatutos para las sesiones ordinarias y, así mismo, cuando sea convocada por los liquidadores (y por el revisor fiscal si lo hubiere). Mientras no se haya cancelado el pasivo externo de la sociedad, no podrá distribuirse suma alguna a los socios, pero podrá distribuirse entre ellos la parte de los activos que exceda el doble del pasivo inventariado y no cancelado al momento de hacerse la distribución.

El pago de las obligaciones sociales se hará observando las disposiciones legales sobre preferencia de créditos. Cuando haya obligaciones condicionales se hará una reserva adecuada en poder de los liquidadores para atender dichas obligaciones si llegaren a hacerse exigibles, y se distribuirá entre los socios, en caso contrario.

Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales entre los socios a prorrata de sus aportes. La distribución se hará constar en acta en que se exprese el nombre de los socios, el valor de

sus correspondientes cuotas y la suma de dinero o los bienes que reciba cada uno a título de liquidación.

DECIMA SEXTA: - ARBITRAJE- Toda diferencia o controversia relativa a este contrato y a su ejecución y liquidación, se resolverá por un tribunal de arbitraje designado por la Oficina de Sorteos de la Corte Suprema de Justicia de Sucumbíos, mediante sorteo entre los árbitros inscritos en las listas que llevan dicha Corte.

Para constancia de lo actuado firma su abogado.

f) Abogado: _____

Estructura Empresarial.

Para que la Empresa Productora de **ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR”**, pueda tener un ambiente laboral estable y acorde al giro del negocio, se debe definir una estructura organizacional que permita asignar funciones y establecer responsabilidades a cada uno de los trabajadores de la empresa, esto conllevará a contar con el mejor recurso humano en cada una de las áreas descritas.

Niveles Jerárquicos de Autoridad.

La Empresa Productora de **ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR”**, debe contar con niveles de autoridad claramente definidos para el giro de negocio, por lo que contará con los siguientes niveles:

Nivel Legislativo

Es el nivel de más alta jerarquía de autoridad, la integra todos los socios que pertenecen a la empresa que cumplirá las atribuciones y funciones determinadas en la Ley, es el encargado de determinar las políticas institucionales para el logro de objetivos y expedir ordenanzas, resoluciones y acuerdos para su administración.

Nivel Ejecutivo.

Este nivel estará conformado por el Gerente, se encargará principalmente de establecer las directrices operativas y de funcionamiento.

Nivel Asesor.

Este nivel estará conformado por el Asesor Jurídico del Gerente y por ende de la empresa, este nivel no estará bajo relación de dependencia, pero se contará con el mismo para cuestiones legales de la empresa.

Nivel de Apoyo.

Este nivel lo conforman todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

Nivel Operativo.

Este nivel está conformado por todos aquellos puestos que se involucran directamente con el área de producción de la empresa.

ORGANIGRAMAS.

Los organigramas consisten en representar gráficamente la estructura organizacional de la empresa, permitiendo a simple vista conocer sus niveles jerárquicos, los cargos existentes y las funciones principales a desempeñar en cada uno de los puestos de trabajo. Para determinar la estructura organizacional de la empresa se creará los siguientes organigramas:

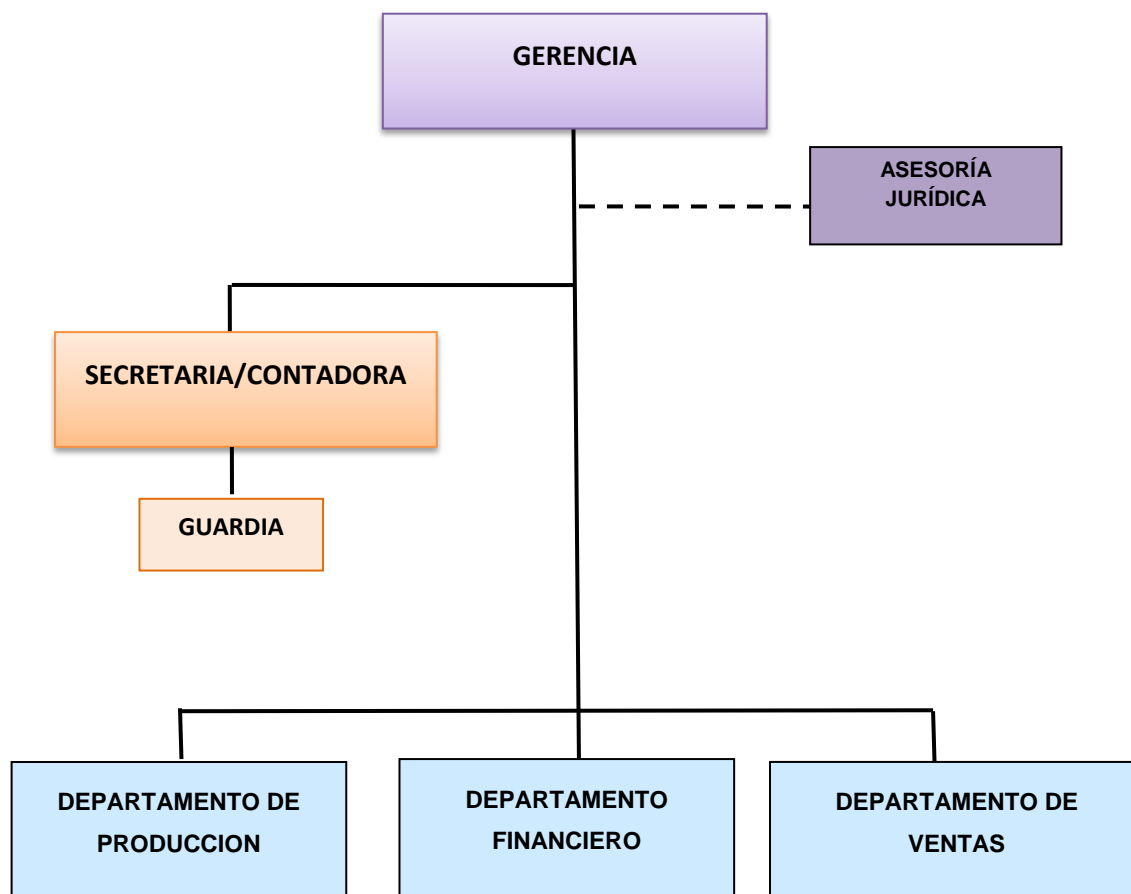
Organigrama Estructural.- Son los más frecuentemente utilizados en la Administración pública y en las organizaciones medianas y grandes, mediante los mismos se aprecia rápidamente el ámbito de control de cada Unidad, las relaciones formales y la cantidad de niveles jerárquicos que componen la Estructura de la organización.

Organigrama Funcional.- Se indica el cargo y un resumen de las responsabilidades contenidas y se le agrega una reseña de las funciones más importantes de cada área de la empresa.

Organigrama Posicional.- Se indica el cargo y el sueldo tentativo a percibir, demuestra el grado de confiabilidad que demuestra cada uno de los puestos, por ello se coloca el valor de pago por la responsabilidad adquirida en el mismo.

Gráfico N° 25

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR. CIA. LTDA.”



Elaborado por: La Autora

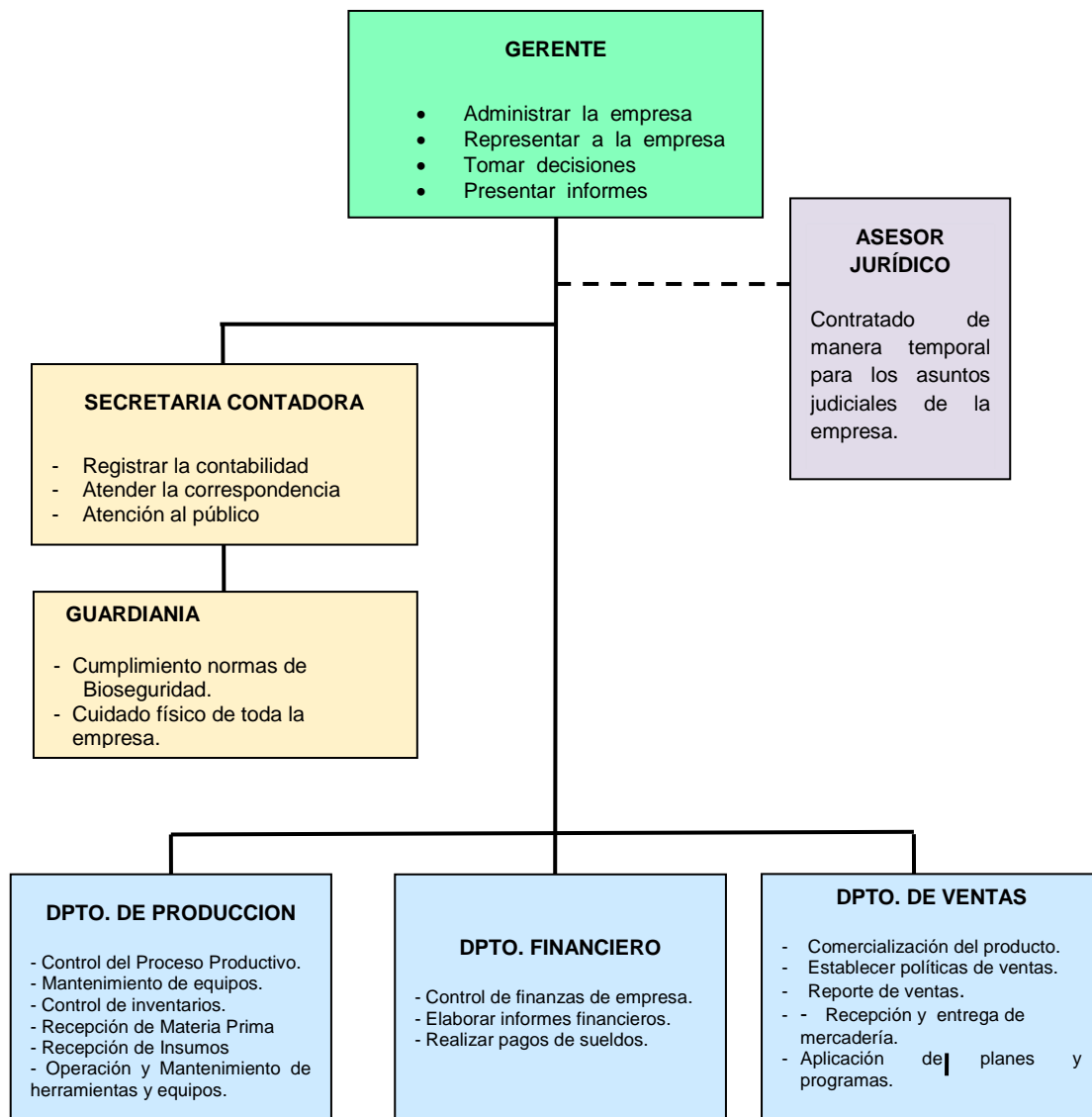
NOMENCLATURA:

—— Línea Autoridad

—— Línea de responsabilidad

---- Asesoría

Gráfico N° 26
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE
ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR. CIA. LTDA.”



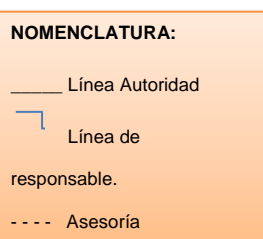
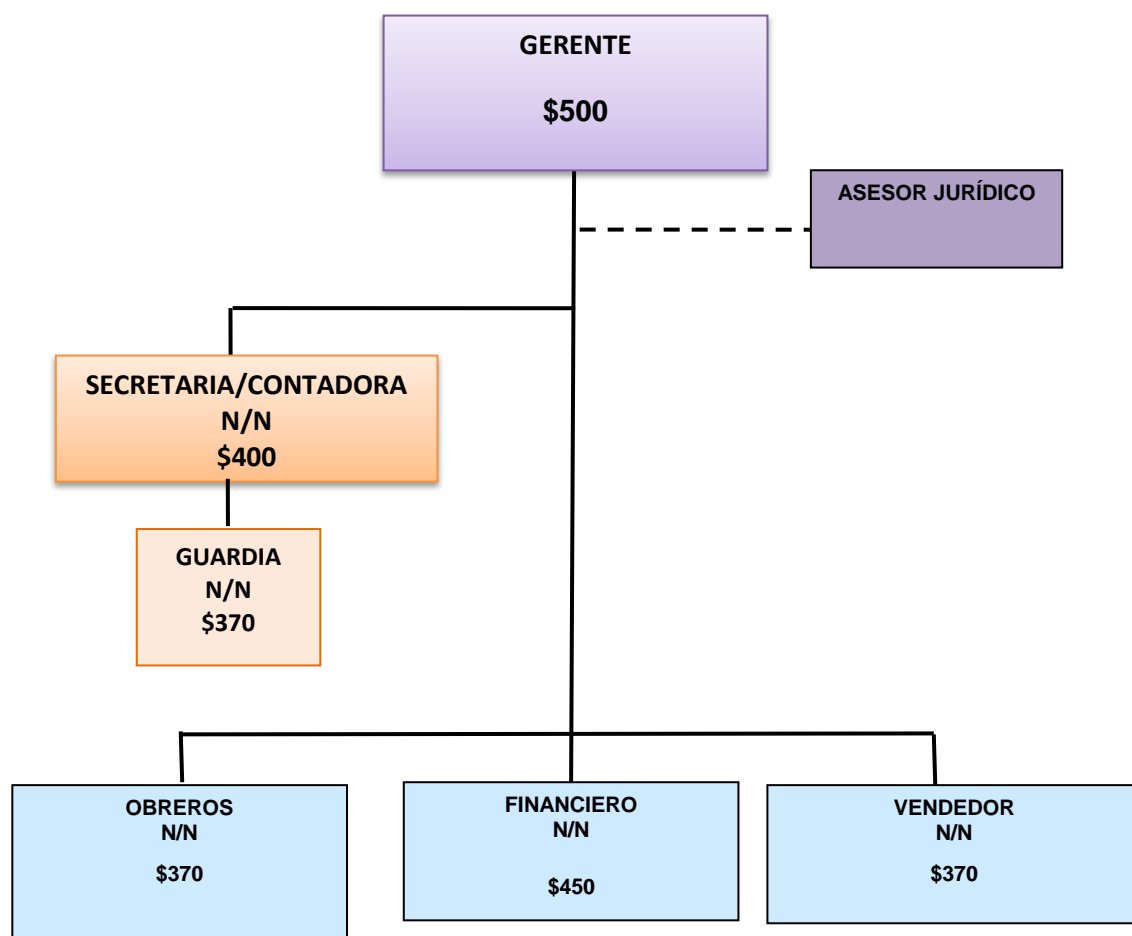
NOMENCLATURA:

- Línea Autoridad
- └─ Línea de responsab.
- - - - Asesoría

Elaborado por: La Autora.

Gráfico N° 27

**ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE
ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR. CIA. LTDA.”**



Elaborado por: La Autora

MANUALES.

Los manuales administrativos comprenden todos aquellos documentos elaborados por los cargos Directivo y Legislativo, y revisados conjuntamente con la parte legal de la organización, con el fin de comunicar toda la información necesaria de la empresa a sus colaboradores.

Manual De Funciones


Se considera oportuno, proponer un manual de funciones para la empresa, ya que permite detallar cada una de las funciones y responsabilidades existentes en todos los sus niveles estructurales, de tal forma que sirva como una base para buscar el perfil más apto entre los futuros postulantes del cargo disponible o vacante.


El manual de funciones permite conocer el funcionamiento interno por lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución. Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal, ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto.


Sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema, para establecer un sistema de información o bien modificar el ya existente y determina en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores.


EMPRESA PRODUCTORA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS "BANEFLOR. CIA. LTDA."	
CÓDIGO	01
Título del Puesto	GERENTE
Nivel de Mando	Ejecutivo
Supervisa a	Todo el Personal
NATURALEZA DE TRABAJO	
Planificar, organizar, controlar y dirigir todas las actividades relacionadas con el giro del negocio, debe buscar nuevas alternativas de crecimiento de la empresa, y manejar los recursos de una forma eficiente y objetiva.	
FUNCIONES	
- Representar Jurídicamente a la empresa.	
- Cumplir con las disposiciones dadas por el comité ejecutivo (Junta General de Socios), e informar de forma periódica sobre el cumplimiento de las mismas.	
- Desarrollar políticas internas y normas de conducta para todo el personal.	
- Coordinar con el resto de cargos las diversas actividades de atención al cliente.	
- Establecer directrices para el cumplimiento de los estándares de atención a clientes.	
- Propiciar un ambiente favorable para el correcto desarrollo laboral.	
- Revisar los reportes y balances generados por la secretaria-contadora.	
- Velar por la correcta utilización de los recursos de la empresa	
CARACTERISTICAS DE CLASE.	
Requiere de iniciativa permanente para conocer estrategias de mercadotecnia y direcciones de recursos humanos y poseer don de gente.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación	Superior, Tercer Nivel.
Especialización	Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Economía o Afines.
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente, Manejo de Utilitarios.
Experiencia	De 1 a 2 años en funciones similares.
Edad	De 28 años en adelante.
Iniciativa	Proactivo.
Responsabilidad por Persona	Responderá por el trabajo de toda la empresa.
Lugar de Trabajo	Oficina.



EMPRESA PRODUCTORA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR. CIA. LTDA.”	
 <small>ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR”</small>	
CÓDIGO	02
Título del Puesto	SECRETARIA
Nivel de Mando	APOYO
Reporta a	GERENTE
Supervisa a	Servicios Generales y al Guardia de Seguridad
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Atender al cliente con cortesía y proporcionarle toda la información referente a los servicios que presta la empresa.	
FUNCIONES	
- Regularizar la documentación del ingreso y salida de los clientes.	
- Receptar los valores monetarios por concepto de uso de las instalaciones.	
- Redactar y digitar oficios, memorandos, y, circulares de la empresa.	
- Comunicar y actualizar al personal los cambios que realice el Gerente.	
- Llevar registro de documentos.	
- Realizar y atender llamadas.	
- Recibir y contestar correspondencia	
- Y las demás responsabilidades adheridas al cargo.	
CARACTERISTICAS DE CLASE.	
Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y publico en general y debe tener responsabilidad técnica y económica en el manejo de los tramites y operaciones contables.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación	Superior, Tercer Nivel
Especialización	Secretariado Ejecutivo o Afines
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente, Manejo de Utilitarios
Experiencia	1 año en funciones similares
Edad	De 19 años en adelante
Iniciativa	Proactiva
Responsabilidad por Persona	Responder por su propio trabajo
Lugar de Trabajo	Oficina

EMPRESA PRODUCTORA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS "BANEFLOR. CIA. LTDA."	
 <small>ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS "BANEFLOR"</small>	
CÓDIGO	03
Título del Puesto	ASESOR JURIDICO
Nivel de Mando	ASESOR
Reporta a	GERENTE
Supervisa a	No supervisa
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Representar jurídicamente a la empresa en todos los aspectos legales.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Atender asuntos judiciales de la empresa. - Participar en la elaboración de acuerdo, convenios, contratos, reglamentos y más instrumentos legales que son requeridos para el normal desarrollo de la empresa. - Elaborar los contratos de trabajo. - Analizar y emitir criterios de carácter jurídico sobre licitaciones, contrataciones y más procedimientos legales. - Asistir a las reuniones convocadas por el Gerente. - Informar de forma mensual las actividades realizadas. - Y las demás responsabilidades adheridas al cargo. 	
CARACTERISTICAS DE CLASE.	
Presentar informes legales al gerente y representar judicialmente a la empresa.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación	Superior, Tercer Nivel
Especialización	Abogado de la República.
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente.
Experiencia	2 años en funciones similares.
Edad	De 25 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	En sus propias oficinas

EMPRESA PRODUCTORA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS "BANEFLOR. CIA. LTDA."	
	 <small>ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS "BANEFLOR"</small>
CÓDIGO	04
Título del Puesto	JEFE DE PRODUCCION
Nivel de Mando	OPERATIVO
Reporta a	GERENTE
Supervisa a	LOS OBREROS
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Atender y controlar el proceso productivo de la empresa.	
FUNCIONES	
- Administrar correctamente las actividades del personal de producción del servicio.	
- Guiar a los obreros en el proceso productivo	
- Controlar las actividades del proceso productivo.	
- Indicar el uso correcto de las instalaciones.	
- Informar de todas las novedades que se presente al Gerente de la Empresa.	
- Mantener reuniones de trabajo con el personal a su cargo	
- Establecer sistemas y procedimientos de trabajo para brindar un correcto servicio a los clientes.	
- Y las demás responsabilidades adheridas al cargo.	
CARACTERISTICAS DE CLASE.	
Conservar la producción necesaria en la empresa y ser responsable del desarrollo del proceso productivo.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación	Superior, Tercer Nivel
Especialización	En Agronomía
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente.
Experiencia	6 meses en cargos similares.
Edad	18 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Área de Producción.


EMPRESA PRODUCTORA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS "BANEFLOR. CIA. LTDA."	
 <small>ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS "BANEFLOR"</small>	
CÓDIGO	05
Título del Puesto	JEFE FINANCIERO
Nivel de Mando	OPERATIVO
Reporta a	GERENTE
Supervisa a	Ninguno
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Administrar los sistemas de contabilidad, y tesorería de empresa, mediante la programación, coordinación, ejecución y evaluación de los procesos contables, y el manejo y centralización de los recursos financieros empresariales	
FUNCIONES	
- Dirigir y controlar los Estados Financieros, Estados Presupuestarios y registro de la documentación contable y presupuestal	
- Efectuar la entrega oportuna de la información Contable y Financiera a los Organismos Internos y Externos, de acuerdo a lo establecido en los sistemas	
- Controlar el marco presupuestal por fuente de financiamiento por actividad y Renglón	
- Supervisar y controlar la ejecución del calendario de compromisos aprobado por la Dirección Técnica del Presupuesto	
- Custodiar y controlar los recursos de la empresa	
- Y las demás responsabilidades adheridas al cargo.	
CARACTERISTICAS DE CLASE.	
Establecer la responsabilidad financiera y económica en el manejo de los trámites y operaciones contables.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación	Superior, Tercer Nivel
Especialización	Economista o Ing. Comercial
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente.
Experiencia	1 año en cargos similares.
Edad	25 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Área de Finanzas

EMPRESA PRODUCTORA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS "BANEFLOR. CIA. LTDA."	
CÓDIGO	06
Título del Puesto	VENDEDOR
Nivel de Mando	OPERATIVO
Reporta a	SECRETARIA / CONTADORA
Supervisa a	No supervisa
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Encargarse de las ventas y posicionamiento de la empresa y Atender cordialmente a los clientes.	
FUNCIONES	
- Mantener la sección de venta completamente limpia.	
- Explicar y detallar al cliente la calidad del producto que se vende.	
- Tomar los pedidos de los clientes y despachar los mismos.	
- Comunicar sobre alguna novedad a la Secretaria o Gerente.	
- Saludar con cortesía y dar el mejor servicio al clientes Dar asistencia a clientes procurando dar respuesta a preguntas y preocupaciones	
- Dar asistencia a clientes procurando dar respuesta a preguntas y preocupaciones	
- Y las demás responsabilidades a él encomendadas.	
CARACTERISTICAS DE CLASE.	
Requiere de conocimientos de distribución, comercialización y ventas del producto.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación	Bachiller, Superior, Tercer Nivel.
Especialización	Ventas
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente.
Experiencia	6 meses en cargos similares.
Edad	18 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Sección Ventas de la empresa.



EMPRESA PRODUCTORA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR. CIA. LTDA.”	
CÓDIGO	07
Título del Puesto	OBRERO
Nivel de Mando	OPERATIVO
Reporta a	JEFE DE PRODUCCION
Supervisa a	No supervisa
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Realizar de todo el proceso productivo de los arreglos florales personalizados en el área de producción.	
FUNCIONES	
- Mantener en perfecto estado de aseo y limpieza las instalaciones del Área de Producción.	
- Realizar todos los pasos del proceso productivo.	
- Recibir toda la materia prima a fin de iniciar el proceso productivo.	
- Velar por la seguridad del equipo de trabajo	
- Preparar el material respectivo para el proceso productivo	
- Trasladar los implementos utilizados a bodega	
- Y las demás responsabilidades a él encomendadas.	
CARACTERISTICAS DE CLASE.	
Conservar la higiene necesaria en las instalaciones del área de producción y en toda la empresa y ser responsable en el desarrollo del proceso de elaboración del producto final.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación	Bachiller
Especialización	-
Conocimiento Adicionales	Trabajo en viveros
Experiencia	6 meses en cargos similares.
Edad	18 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Invernaderos



EMPRESA PRODUCTORA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR. CIA. LTDA.”	
 <small>ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS “BANEFLOR”</small>	
CÓDIGO	08
Título del Puesto	GUARDIA DE SEGURIDAD
Nivel de Mando	APOYO
Reporta a	SECRETARIA – CONTADORA
Supervisa a	No supervisa
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Vigilar y mantener la seguridad de los clientes internos y externos, así como del cuidado de los bienes de la empresa.	
FUNCIONES	
- Coordinar las actividades de seguridad con la Gerencia.	
- Informar a la empresa de monitoreo cualquier novedad que se presente.	
- Tratar al cliente con respeto y cortesía.	
- Direccionar a los clientes al área de recepción.	
- Proporcionar apoyo al personal de la empresa.	
- Informar el mal uso de las instalaciones y de equipos de la empresa.	
- Mantener su uniforme o vestimenta en las horas de trabajo.	
- Y las demás responsabilidades a él encomendadas.	
CARACTERISTICAS DE CLASE.	
Requiere conocimientos de guardianía y seguridad industrial.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación	Bachiller
Especialización	-
Conocimiento Adicionales	Manejo de Armamento.
Experiencia	1 año en cargos similares.
Edad	18 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Toda la empresa

ESTUDIO FINANCIERO.

Esta fase del estudio de factibilidad permitirá determinar la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha de la empresa a crearse, así mismo se determinará los costos totales, porcentaje de utilidad, ingresos totales, y la utilidad neta que se espera reportará el proyecto.

INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.

Una vez conocido los diversos requerimientos para el proyecto, se procede a estimar el monto total de la inversión en sus diferentes rubros; considerando las cotizaciones más convenientes, así como las mejores alternativas de financiamiento.

Inversiones.

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa. Esta actividad consiste en “cotizar” o indagar cuales son los costos o montos de capital para destinar a las inversiones. Su objetivo es analizar la información obtenida tanto en el estudio de mercado como en el estudio técnico para así poder definir la cuantía de las inversiones que necesitamos para realizar este proyecto.

Activos Fijos

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año, y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades. Los conceptos típicos de esta inversión son los siguientes:

Herramientas: Comprende el valor que la empresa debe cancelar por la adquisición de herramientas que facilitan el proceso productivo.

CUADRO N°32			
HERRAMIENTAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cortaalambres	4	4,50	18,00
Tijeras de florista	4	16,00	64,00
Podadora	4	18,00	72,00
Cuchillos	4	3,50	14,00
TOTAL			168,00

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaborado por: La Autora

Muebles y Enseres: Registra los bienes muebles y enseres que se adquirirán para la empresa, los cuales se utilizarán tanto en el área administrativa como en el área operativa, con el propósito de diferenciar los costos se analiza cada uno de forma independiente.

CUADRO N°33			
MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio de madera	3	130,00	390,00
Archivador metálico	1	65,00	65,00
Sillones de escritorio	3	35,00	105,00
Sillas plásticas	5	18,00	90,00
Mesa de madera	3	25,00	75,00
Stand metálico	2	60,00	120,00
SUBTOTAL			845,00

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaborado por: La Autora

Equipo de Oficina: Registra el valor que la empresa debe cancelar por la adquisición equipos que facilitan el trabajo administrativo de la entidad.

CUADRO N°34			
EQUIPO DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sumadora Casio	1	25,00	25,00
Teléfono Panasonic	1	30,00	30,00
TOTAL			55,00

Fuente: Comercial Noblecilla, Copy Compu Adrián. Ver anexo N°3

Elaborado por: La Autora

Equipo de Computación: Registra el valor de todos los computadores existentes dentro de la empresa.

CUADRO N°35			
EQUIPO DE CÓMPUTO			
DESCRIPCIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computador de escritorio	2	950,00	1.900,00
Impresora Multifunción	2	120,00	240,00
UPS y regulador de voltaje	2	15,00	30,00
TOTAL			2.170,00

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaborado por: La Autora

Resumen de Inversión en Activos Fijos

De acuerdo a la información recopilada y presentada anteriormente la empresa realizará la siguiente inversión en activos fijos.

CUADRO N°36	
RESUMEN DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
Herramientas	168,00
Muebles y enseres	845,00
Equipo de Oficina	55,00
Equipos de computación	2.170,00
Subtotal	3,238.00
5% Imprevistos	161.90
TOTAL	3.399,90

Fuente: Cuadros 32 al 36

Elaborado por: La Autora

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.

En el ámbito de la contabilidad y economía, el término depreciación se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez. También se le puede llamar a estos tres tipos de depreciación; depreciación física, funcional y obsolescencia.

CUADRO N°38
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	% DEPRE C.	VIDA ÚTIL	VALOR	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN
Muebles y Enseres	10%	10	845.00	84.50	760.50	76.05
Equipos de Oficina	10%	10	55.00	5.50	49.50	4.95
Equipos de computación 1	33%	3	2,170.00	716.10	1,453.90	484.63
Equipos de computación año 4	33%	3	2,256.80	744.74	1,512.06	504.02
Equipo de computación año 7	33%	3	2,347.07	774.53	1,572.54	524.18

Fuente: Cuadro 37

Elaborado por: La Autora

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Estas inversiones se realizan en bienes y servicios intangibles que son indispensables para la iniciación del proyecto, pero no intervienen directamente en la producción. Por ser intangibles, a diferencia de las inversiones fijas, están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo.

Los gastos de instalación, organización y constitución jurídica de la nueva entidad económica.

El pago de permisos o derechos requeridos por las diversas autoridades federales, estatales o municipales.

CUADRO N°39	
INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
Elaboración del proyecto	750,00
Permiso de funcionamiento	150,00
Gastos de Constitución	400,00
Marcas y patentes	60,00
Subtotal	1.360,00
5% Imprevistos	68,00
TOTAL	1.428,00

Fuente: Municipio de Yantzaza.

Elaborado por: La Autora

CAPITAL DE TRABAJO.

Se define como los recursos destinados a cubrir el costo de operación, es decir, la herramienta necesaria para poder operar.

Materia Prima Directa.- Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico, antes de que puedan venderse como productos terminados, tenemos como materia prima directa las flores que se utilizarán para la elaboración de los arreglos florales como rosas, claveles, girasoles, astromelias, ramos verdes como: Solidagos, aster verdes y palmas; y, ramos blancos como gipson, aster blancos, para ello se ha determinado la cantidad necesaria para su elaboración, resultados que se presentan en el siguiente cuadro:

CUADRO N°40				
MATERIA PRIMA DIRECTA				
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Astromelias	3,994	0.15	599.10	7,189.20
Girasoles	3,994	0.18	718.92	8,627.04
Claveles	3,994	0.15	599.10	7,189.20
Rosas	3,994	0.20	798.80	9,585.60
Solidagos	2,130	0.02	42.60	511.20
Aster blancos	2,130	0.02	42.60	511.20
Palmas	2,130	0.02	42.60	511.20
Gipson	2,130	0.02	42.60	511.20
Aster verdes	2,130	0.02	42.60	511.20
Oasis	1,331	0.20	266.20	3,194.40
Florero	1,331	0.85	1,131.35	13,576.20
TOTAL			4.326,47	51.917,64

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

Materia Prima Indirecta.- Son todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, en el presente caso la materia prima indirecta está conformada el oasis para colocar las flores, lazos, tarjetas, floreros y carrete de alambre

CUADRO N°41				
MATERIA PRIMA INDIRECTA				
PRODUCTO	CANTIDAD	C.UNITARIO	C. MENSUAL	COSTO ANUAL
Carrete de alambre	3	13,00	39,00	468,00
Lazos	1.331	0,05	66,55	798,60
Tarjetas	1.331	0,02	26,62	319,44
TOTAL			132,17	1.586,04

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

Mano de Obra Directa.- Representa el factor humano que interviene directamente en la producción, sin cuya intervención no podría realizarse la actividad manufacturera, en el presente estudio la mano de obra directa está

representada los obreros, quienes están encargados de la confección de los arreglos florales.

CUADRO N°42	
MANO DE OBRA DIRECTA	
RUBROS / PRESUPUESTOS	OBREROS 2
Salario Básico Unificado	370,00
Décimo Tercero 1/12	30,83
Décimo Cuarto SBU. 1/12	29,50
Vacaciones 1/24	15,42
Aporte Patronal 11.15%	41,26
Aporte IECE 0,5%	1,85
Aporte SECAP 0,5%	1,85
Subtotal mensual	490,71
Subtotal mensual por número de ocupantes	2
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA MENSUAL	981,41
TOTAL COSTO MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL	11.776,92

Fuente: Estudio Técnico, Tabla Sectorial.

Elaborado por: La Autora.

RESUMEN DE COSTO DE PRODUCCIÓN

Abarca los gastos necesarios para el proceso productivo de elaboración de los arreglos florales.

CUADRO N° 43		
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCION		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Materia prima directa	4.326,47	51.917,64
Materiales Indirectos	132,17	1.586,04
Mano de Obra Directa	981,41	11.776,92
TOTAL	5.440,05	65.280,06

Fuente: Cuadros 40 al 42

Elaborado por: La Autora.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Comprende los gastos que la empresa incurre para el pago del personal que no tiene relación directa con la producción, servicios básicos, publicidad, promoción, materiales de oficina, entre otros.

Sueldos Administrativos.- Comprende las erogaciones en que incurre la empresa para el pago de los empleados que se encargan de la administración de la empresa.

Cuadro N°44				
SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO				
RUBROS / PRESUPUESTOS	Gerente	Secretaria	Jefe Financiero	Conserje
Salario Básico Unificado	500,00	400,00	450,00	370,00
Décimo Tercero 1/12	41,67	33,33	37,50	30,38
Décimo Cuarto SBU. 1/12	29,50	29,50	29,50	29,50
Vacaciones 1/24	20,83	16,67	18,75	15,42
Aporte Patronal 11.15%	55,75	44,60	50,18	41,26
Aporte IECE 0,5%	2,50	2,00	2,25	1,85
Aporte SECAP 0,5%	2,50	2,00	2,25	1,85
Total mensual	652,75	528,10	590,43	490,71
Total Anual	7.833,00	6.337,20	7.085,10	5.888,46
TOTAL MENSUAL				2.261,98
TOTAL ANUAL				27.143,76

Fuente: Estudio Técnico, Tabla Sectorial.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 45

Gastos de agua, luz y teléfono

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Agua	15,00	180,00
Luz	9,00	108,00
Teléfono	20,00	240,00
TOTAL	44,00	528,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 46
Suministro de oficina

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Hojas de papel bond	0,50	6,00
Tinta para impresora	3,50	42,00
Tinta para sellos	1,40	16,80
Factureros	15,00	180,00
Esferográficos	0,45	5,40
Carpetas archivadoras	2,80	33,60
Marcadores	2,10	25,20
Perforadora	0,00	4,50
Grapadora	0,00	5,50
Sellos	0,00	8,00
Papeleras	0,00	12,00
TOTAL	25,75	329,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Arriendos.- Un local como el requerido tiene un costo mensual de \$ 110,00 dólares en el lugar establecido para la instalación de la empresa. Por tanto el costo anual asciende a \$.1.320,00 dólares.

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

A continuación se muestra el resumen de los gastos que la empresa incurrirá en sus labores administrativas.

CUADRO N° 46		
RESUMEN DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Sueldos Administrativos	2.261,98	27.143,76
Servicios básicos	44,00	528,00
Suministros de oficina	25,75	329,00
Arriendo	110,00	1.320,00
TOTAL	2.441,73	29.320,76

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora

GASTOS DE VENTAS.

Sueldo a vendedor.- Se cancelará un sueldo a la persona que se encargue de la promoción, publicidad y ventas de los arreglos florales.

CUADRO N° 47	
INVERSIÓN EN SUELDO VENDEDOR	
RUBROS / PRESUPUESTOS	Vendedor
Salario Básico Unificado	450,00
Décimo Tercero 1/12	37,50
Décimo Cuarto SBU. 1/12	29,50
Vacaciones 1/24	18,75
Aporte Patronal 11.15%	50,18
Aporte IECE 0,5%	2,25
Aporte SECAP 0,5%	2,25
Subtotal mensual	590,43
TOTAL ANUAL	7.085,10

Fuente: Estudio Técnico, Tabla Sectorial.

Elaborado por: La Autora

Publicidad.- Abarca el valor que la empresa cubrirá por gastos de difusión de la imagen de la marca.

CUADRO N° 48		
GASTOS DE VENTA		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Televisión Los Encuentros	90,00	1.080,00
Radio Romántica	27,00	324,00
Diario La Hora Zamora	30,00	360,00
TOTAL	147,00	1.764,00

Fuente: Medios publicitarios.

Elaborado por: La Autora

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO U OPERACIÓN

Es este apartado se presenta un resumen del capital que la empresa requiere para iniciar con la producción.

CUADRO N° 49		
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gastos de Producción	5.440,05	65.280,06
Gastos de Administración	2.441,73	29.320,76
Gastos de Venta	737,43	8.849,10
Subtotal	8.619,21	103.430,46
Imprevistos 5%	430,96	5.171,52
TOTAL	9.050,17	108.601,98

Fuente: Cuadro 43, 46, 47 y 48

Elaborado por: La Autora

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

El monto total de la inversión asciende a \$ 11.691,78 cifra que se estima permitirá iniciar con el funcionamiento de la empresa.

CUADRO N° 50		
RESUMEN TOTAL DE LA INVERSIÓN		
ACTIVOS FIJOS	MONTO	%
Herramientas	168,00	
Muebles y enseres	845,00	
Equipo de Oficina	55,00	
Equipos de computación	2.170,00	
Subtotal	3.238,00	
5% Imprevistos	161,90	
Total Inversión en Activos Fijos	3.399,90	24,50
ACTIVOS DIFERIDOS	MONTO	
Elaboración del proyecto	750,00	
Permiso de funcionamiento	150,00	
Gastos de Constitución	400,00	
Marcas y patentes	60,00	
Subtotal	1360,00	
5% Imprevistos	68,00	
Total Inversión en Activos Diferidos	1.428,00	10,29
ACTIVOS CIRCULANTE	MONTO	
Gastos de Producción	5.440,05	
Gastos de Administración	2.441,73	
Gastos de Venta	737,43	
Subtotal	8.619,21	
Imprevistos 5%	430,96	
Total Inversión en Activos Circulantes	9.050,17	65,21
TOTAL DE LA INVERSIÓN	13.878,07	100%

Fuente: 37, 39 y 49

Elaborado por: La Autora

FINANCIAMIENTO

Las fuentes de financiamiento designan el conjunto de capital interno y externo utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones, las utilizadas en el presente estudio son las siguientes:

Fuentes Internas.- Comprende el valor que aportarán los socios, en este caso se contará con 3 socios quienes aportarán con el 63,97% de total de la inversión, valor que corresponde a \$8.878,07 dólares.

Fuentes Externas.- Se gestionará un crédito en el Banco Nacional de Fomento por el valor de \$5.000 a una tasa de 12% de interés anual y cinco años plazo.

CUADRO N° 51		
FINANCIAMIENTO		
FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	63,97%	8.878,07
Crédito	36,03%	5.000,00
TOTAL	100%	13.878,07

Fuente: Cuadro 49.

Elaborado por: La Autora

**TABLA DE AMORTIZACIÓN
CUADRO N° 52**

TABLA DE AMORTIZACION					
INSTIT. FINANCIERA		BNF			
MONTO EN USD		5.000,00			
TASA DE INTERES		12,00%			
PLAZO		3 años			
FECHA DE INICIO		02/02/2016			
MONEDA		DOLARES			
AMORTIZACION CADA		30 días			
Número de períodos		36 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		5.000,00			
1	03-mar-2016	4.883,93	50,00	116,07	166,07
2	02-abr-2016	4.766,70	48,84	117,23	166,07
3	02-may-2016	4.648,29	47,67	118,40	166,07
4	01-jun-2016	4.528,70	46,48	119,59	166,07
5	01-jul-2016	4.407,92	45,29	120,78	166,07
6	31-jul-2016	4.285,93	44,08	121,99	166,07
7	30-ago-2016	4.162,71	42,86	123,21	166,07
8	29-sep-2016	4.038,27	41,63	124,44	166,07
9	29-oct-2016	3.912,58	40,38	125,69	166,07
10	28-nov-2016	3.785,63	39,13	126,95	166,07
11	28-dic-2016	3.657,42	37,86	128,22	166,07
12	27-ene-2017	3.527,92	36,57	129,50	166,07
13	26-feb-2017	3.397,13	35,28	130,79	166,07
14	28-mar-2017	3.265,03	33,97	132,10	166,07
15	27-abr-2017	3.131,61	32,65	133,42	166,07
16	27-may-2017	2.996,85	31,32	134,76	166,07
17	26-jun-2017	2.860,75	29,97	136,10	166,07
18	26-jul-2017	2.723,29	28,61	137,46	166,07
19	25-ago-2017	2.584,45	27,23	138,84	166,07
20	24-sep-2017	2.444,22	25,84	140,23	166,07
21	24-oct-2017	2.302,59	24,44	141,63	166,07
22	23-nov-2017	2.159,55	23,03	143,05	166,07
23	23-dic-2017	2.015,07	21,60	144,48	166,07
24	22-ene-2018	1.869,15	20,15	145,92	166,07
25	21-feb-2018	1.721,77	18,69	147,38	166,07
26	23-mar-2018	1.572,91	17,22	148,85	166,07
27	22-abr-2018	1.422,57	15,73	150,34	166,07
28	22-may-2018	1.270,73	14,23	151,85	166,07
29	21-jun-2018	1.117,36	12,71	153,36	166,07
30	21-jul-2018	962,46	11,17	154,90	166,07
31	20-ago-2018	806,02	9,62	156,45	166,07
32	19-sep-2018	648,01	8,06	158,01	166,07
33	19-oct-2018	488,41	6,48	159,59	166,07
34	18-nov-2018	327,23	4,88	161,19	166,07
35	18-dic-2018	164,43	3,27	162,80	166,07
36	17-ene-2019	0,00	1,64	164,43	166,07
			978,58	5.000,00	5.978,58

PRESUPUESTO DE COSTOS.

CUADRO N° 53
PRESUPUESTO PROFORMARDO DE COSTOS Y GASTOS

RUBROS/ PERIODOS	PRESUPUESTO PROFORMARDO DE COSTOS Y GASTOS									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DE OPERACIÓN										
Materia prima directa	51,917.64	54,279.89	56,749.63	59,331.74	62,031.33	64,853.76	67,804.60	70,889.71	74,115.19	77,487.43
Materia prima indirecta	1,586.04	1,658.20	1,733.65	1,812.53	1,895.00	1,981.23	2,071.37	2,165.62	2,264.16	2,367.18
Mano de obra directa	11,776.92	12,312.77	12,873.00	13,458.72	14,071.09	14,711.33	15,380.69	16,080.52	16,812.18	17,577.13
Amortización de activo diferido	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00
Total Costo De Producción	65,399.60	68,369.87	71,475.28	74,721.99	78,116.43	81,665.31	85,375.67	89,254.85	93,310.53	97,550.74
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN										
Sueldos administrativos	27,143.76	28,378.80	29,670.04	31,020.02	32,431.43	33,907.06	35,449.84	37,062.80	38,749.16	40,512.25
Servicios básicos	528.00	552.02	577.14	603.40	630.86	659.56	689.57	720.95	753.75	788.04
Suministros de oficina	309.00	323.06	337.76	353.13	369.19	385.99	403.55	421.92	441.11	461.18
Arriendo	1,320.00	1,380.06	1,442.85	1,508.50	1,577.14	1,648.90	1,723.92	1,802.36	1,884.37	1,970.11
Dep. equipos de oficina	4.95	4.95	4.95	4.95	4.95	4.95	4.95	4.95	4.95	4.95
Dep. equipos de computo	484.63	484.63	484.63	378.01	378.01	378.01	224.64	224.64	224.64	224.64
Dep. muebles y enseres	76.05	76.05	76.05	76.05	76.05	76.05	76.05	76.05	76.05	76.05
Total de Gastos de Administración	29,866.39	31,199.58	32,593.42	33,566.05	35,089.62	36,682.52	38,347.88	40,089.03	41,909.39	43,812.59
GASTOS DE VENTAS										
Sueldo vendedor	7,085.10	7,407.47	7,744.51	8,096.89	8,465.30	8,850.47	9,253.16	9,674.18	10,114.36	10,574.56
Publicidad	1,764.00	1,844.26	1,928.18	2,015.91	2,107.63	2,203.53	2,303.79	2,408.61	2,518.20	2,632.78
Total de Gastos de Ventas	8,849.10	9,251.73	9,672.69	10,112.80	10,572.93	11,054.00	11,556.95	12,082.79	12,632.56	13,207.34
GASTOS FINANCIEROS										
Interés por préstamo	520.78	334.08	123.71							
Total Gastos Financieros	520.78	334.08	123.71	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COSTO TOTAL	104,635.87	109,155.26	113,865.10	118,400.84	123,778.98	129,401.82	135,280.51	141,426.67	147,852.48	154,570.67
Imprevistos	5,231.79	5,457.76	5,693.26	5,920.04	6,188.95	6,470.09	6,764.03	7,071.33	7,392.62	7,728.53
TOTAL COSTOS	109,867.67	114,613.03	119,558.36	124,320.88	129,967.93	135,871.91	142,044.53	148,498.00	155,245.11	162,299.20

Fuente: 38 y 49 y 52

Elaborado por: La Autora

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

**CUADRO N° 54
CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

RUBROS	AÑO 1			AÑO 5			AÑO 10		
	C. TOTALES	C. FIJOS	C. VARIABLE	C. TOTALES	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. TOTALES	C. FIJOS	C. VARIABLES
COSTOS DE PRODUCCIÓN									
Materia prima directa	51,917.64		51,917.64	62,031.33		62,031.33	77,487.43		77,487.43
Materia prima indirecta	1,586.04		1,586.04	1,895.00		1,895.00	2,367.18		2,367.18
Mano de obra directa	11,776.92		11,776.92	14,071.09		14,071.09	17,577.13		17,577.13
Amortización de activo diferido	119.00	119.00		119.00	119.00		119.00	119.00	
Subtotal costos de producción	65,399.60	119.00	65,280.60	78,116.43	119.00	77,997.43	97,550.74	119.00	97,431.74
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN									
Sueldos personal administrativo	27,143.76	27,143.76		32,431.43	32,431.43		40,512.25	40,512.25	
Servicios básicos	528.00	528.00		630.86	630.86		788.04	788.04	
Suministros de oficina	309.00	309.00		369.19	369.19		461.18	461.18	
Arriendo	1,320.00	1,320.00		1,577.14	1,577.14		1,970.11	1,970.11	
Deprec. equipos de oficina	4.95	4.95		4.95	4.95		4.95		
Deprec. de equipos computación	484.63	484.63		504.02	504.02		524.18	524.18	
Dep. de muebles y enseres	76.05	76.05		76.05	76.05		76.05	76.05	
Subtotal gastos administrativos	29,866.39	29,866.39		35,089.62	35,089.62		43,812.59	43,807.64	
GASTOS DE VENTAS									
Sueldo de ventas	7,085.10	7,085.10		8,465.30	8,465.30		10,574.56	10,574.56	
Publicidad	1,764.00	1,764.00		2,107.63	2,107.63		2,632.78	2,632.78	
Subtotal Gastos de Ventas	8,849.10	8,849.10		10,572.93	10,572.93		13,207.34	13,207.34	
GASTOS FINANCIEROS									
Interés por préstamo	520.78	520.78			0,00			0,00	
Subtotal gastos financieros	520.78	520.78		0.00	0,00		0.00	0,00	
COSTO TOTAL	104,635.87	39,355.27		123,778.98	45,781.55		154,570.67	57,133.98	
Imprevistos 5%	5,231.79	5,231.79		6,188.95	6,188.95		7,728.53	7,728.53	
TOTAL FIJOS Y VARIABLES	109,867.67	44,587.07	65,280.60	129,967.93	51,970.50	77,997.43	162,299.20	64,862.51	97,431.74

Fuente: cuadro 53

Elaborado por: La Autora

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN E INGRESOS POR VENTAS

CUADRO N° 55
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN E INGRESOS POR VENTAS

AÑOS	COSTOS DE PRODUCCIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN	UTILIDAD	PVP	INGRESOS POR VENTA
1	109,867.67	15,974	6.88	1.03	7.91	126,347.82
2	114,613.03	15,974	7.17	1.08	8.25	131,804.98
3	119,558.36	16,973	7.04	1.41	8.45	143,470.03
4	124,320.88	16,973	7.32	1.46	8.79	149,185.06
5	129,967.93	17,971	7.23	1.81	9.04	162,459.91
6	135,871.91	17,971	7.56	1.89	9.45	169,839.89
7	142,044.53	18,970	7.49	2.25	9.73	184,657.89
8	148,498.00	18,970	7.83	2.35	10.18	193,047.40
9	155,245.11	18,970	8.18	2.46	10.64	201,818.64
10	162,299.20	18,970	8.56	2.57	11.12	210,988.97

Elaborado por: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1.

Fórmula para el año 1

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{44587.07}{126347.82 - 65280.60} \times 100$$

$$PE = 73.01 \%$$

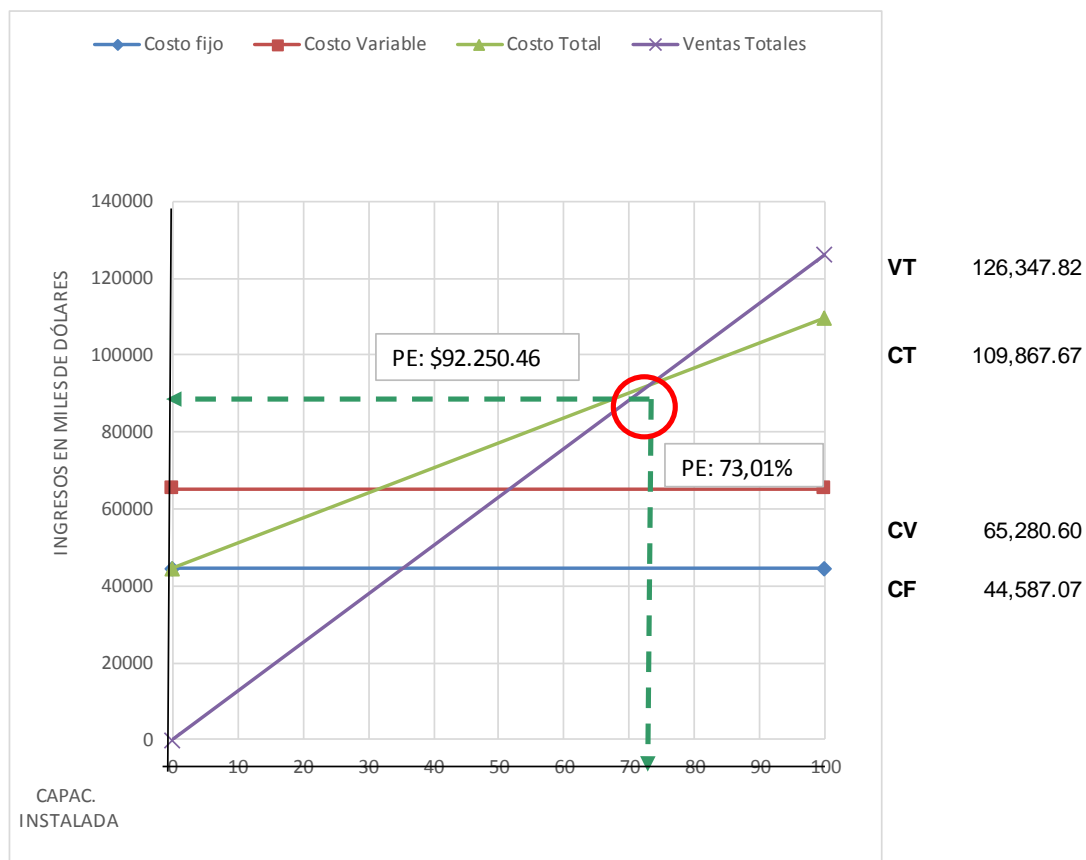
b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{44587.07}{1 - \frac{65280.60}{126347.82}}$$

$$PE = \$ 92,250.46$$

Gráfico N° 28
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



ANÁLISIS: El punto de equilibrio representa un punto muerto en donde la empresa no gana ni pierde, es así que la empresa deberá utilizar la capacidad instalada del 73,01% y tener unas ventas de \$92.250,46 para encontrarse en un punto de equilibrio.

Fórmula para el año 5

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{51970.50}{162459.91 - 77997.43} \times 100$$

$$PE = 61.53 \%$$

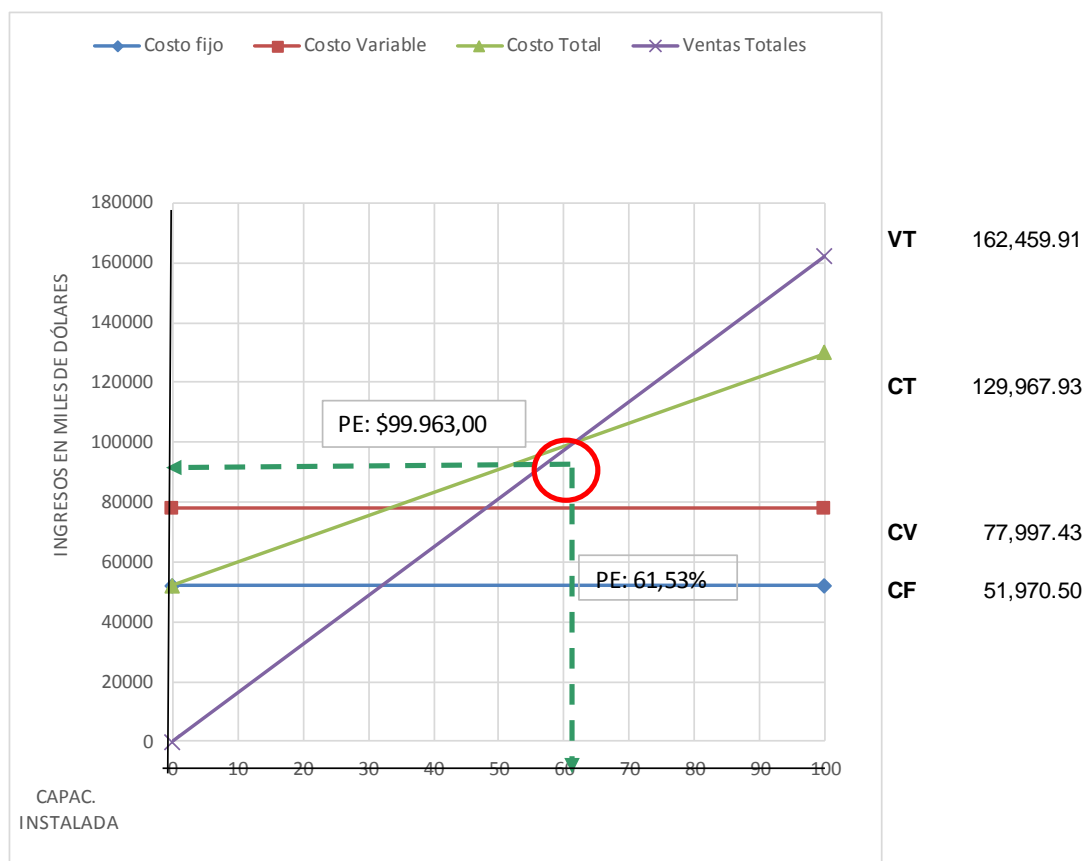
b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{51970.50}{1 - \frac{77997.43}{162459.91}}$$

$$PE = \$ 99,963.00$$

Gráfico N° 29
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5



ANÁLISIS: El punto de equilibrio representa un punto muerto en donde la empresa no gana ni pierde, es así que la empresa deberá utilizar la capacidad instalada del 61,53% y tener unas ventas de \$99.963,00 para encontrarse en un punto de equilibrio.

Fórmula para el año 10

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{64862.51}{210988.97 - 97431.74} \times 100$$

$$PE = 57.12 \%$$

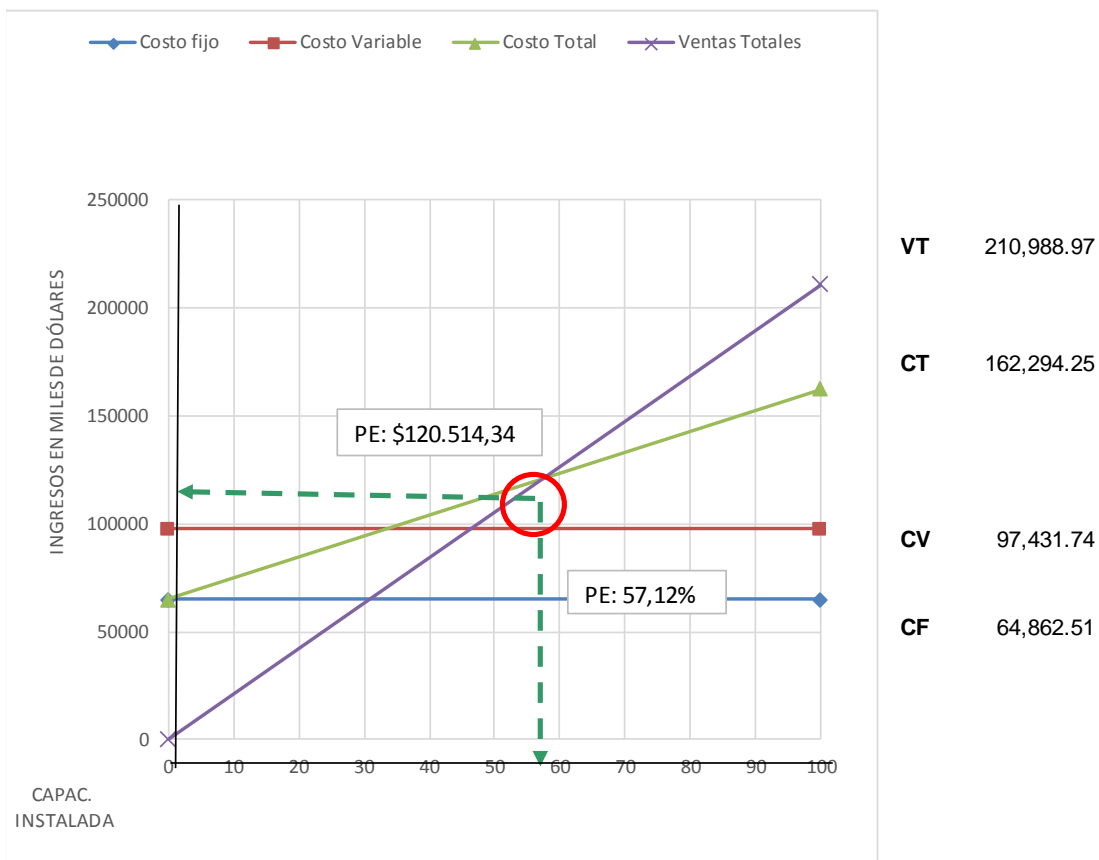
b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{64862.51}{1 - \frac{97431.74}{210988.97}}$$

$$PE = \$ 120,514.34$$

Gráfico N° 30
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10



ANÁLISIS: El punto de equilibrio representa un punto muerto en donde la empresa no gana ni pierde, es así que la empresa deberá utilizar la capacidad instalada del 57,12% y tener unas ventas de \$120.514,34 para encontrarse en un punto de equilibrio.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

En contabilidad, el estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

**CUADRO N° 56
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

AÑOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ingresos por ventas	126,347.82	131,804.98	143,470.03	149,185.06	162,459.91	169,839.89	184,657.89	193,047.40	201,818.64	210,988.97
(-) Costo Total	109,867.67	114,613.03	119,558.36	124,320.88	129,967.93	135,871.91	142,044.53	148,498.00	155,245.11	162,299.20
(=) Utilidad Bruta en Ventas	16,480.15	17,191.95	23,911.67	24,864.18	32,491.98	33,967.98	42,613.36	44,549.40	46,573.53	48,689.76
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	2,472.02	2,578.79	3,586.75	3,729.63	4,873.80	5,095.20	6,392.00	6,682.41	6,986.03	7,303.46
(=) Utilidad antes de IR	14,008.13	14,613.16	20,324.92	21,134.55	27,618.18	28,872.78	36,221.36	37,866.99	39,587.50	41,386.30
(-) 22% Impuesto a la Renta	3,081.79	3,214.90	4,471.48	4,649.60	6,076.00	6,352.01	7,968.70	8,330.74	8,709.25	9,104.99
UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	10,926.34	11,398.27	15,853.44	16,484.95	21,542.18	22,520.77	28,252.66	29,536.25	30,878.25	32,281.31
(-) 10% Reserva legal	1,092.63	1,139.83	1,585.34	1,648.49	2,154.22	2,252.08	2,825.27	2,953.63	3,087.83	3,228.13
TOTAL INGRESOS	9,833.71	10,258.44	14,268.09	14,836.45	19,387.97	20,268.69	25,427.39	26,582.63	27,790.43	29,053.18

Elaborado por: La Autora

FLUJO DE CAJA.

En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés *cash flow*) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad etc.

**CUADRO N° 57
FLUJO DE CAJA**

AÑOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ingresos por ventas	126,347.82	131,804.98	143,470.03	149,820.12	163,121.44	170,501.42	185,373.40	193,762.91	202,534.14	211,704.47
Valor Residual			716.10			744.74			774.53	90.00
Total Ingresos	126,347.82	131,804.98	144,186.13	149,820.12	163,121.44	171,246.16	185,373.40	193,762.91	203,308.68	211,794.47
EGRESOS										
Costo de Producción y operación	109,867.67	114,613.03	119,558.36	124,850.10	130,497.15	136,401.13	142,594.92	149,048.39	155,795.50	162,849.59
Total Egresos	109,867.67	114,613.03	119,558.36	124,850.10	130,497.15	136,401.13	142,594.92	149,048.39	155,795.50	162,849.59
(1-2) Ganancias gravables	16,480.15	17,191.95	24,627.77	24,970.02	32,624.29	34,845.03	42,778.48	44,714.52	47,513.18	48,944.88
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	2,472.02	2,578.79	3,694.17	3,745.50	4,893.64	5,226.75	6,416.77	6,707.18	7,126.98	7,341.73
(=) Utilidad antes de IR.	14,008.13	14,613.16	20,933.61	21,224.52	27,730.64	29,618.27	36,361.70	38,007.34	40,386.20	41,603.15
(-) 22% Impuesto a la Renta	3,081.79	3,214.90	4,605.39	4,669.39	6,100.74	6,516.02	7,999.57	8,361.61	8,884.97	9,152.69
Utilidad Neta	10,926.34	11,398.27	16,328.21	16,555.12	21,629.90	23,102.25	28,362.13	29,645.72	31,501.24	32,450.45
(+) Depreciaciones	565.63	565.63	565.63	565.63	565.63	565.63	565.63	565.63	565.63	565.63
(+) Amortización de activos diferidos	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00	119.00
(-) Amortización de crédito	1,666.67	1,666.67	1,666.67							
FLUJO NETO DE CAJA	9,944.30	10,416.23	15,346.18	17,239.75	22,314.53	23,786.88	29,046.76	30,330.35	32,185.87	33,135.08

Fuente: Cuadro 52, 53, 55 y 56

Elaborado por: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA.

VALOR ACTUAL NETO

CUADRO N° 58
VALOR ACTUAL NETO

PERÍODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZ. 12,00%	VALOR ACTUALIZADO
0	13,878.07		
1	9,944.30	0.8929	8,878.84
2	10,416.23	0.7972	8,303.75
3	15,346.18	0.7118	10,923.10
4	17,239.75	0.6355	10,956.18
5	22,314.53	0.5674	12,661.86
6	23,786.88	0.5066	12,051.18
7	29,046.76	0.4523	13,139.28
8	30,330.35	0.4039	12,249.92
9	32,185.87	0.3606	11,606.55
10	33,135.08	0.3220	10,668.61
			111,439.27
			13,878.07
			97,561.21

Fuente: Cuadro 57

Elaborado por: La Autora

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

$$VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 111,439.27 - 13,878.07$$

$$VAN = 97,561.21$$

Análisis: Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta
Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente
Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

TASA INTERNA DE RETORNO.

**CUADRO N° 59
TASA INTERNA DE RETORNO**

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 89,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 90,00%	VAN MAYOR
0			- 13,878.07		- 13,878.07
1	9,944.30	0.52910	5,261.54	0.52632	5,233.84
2	10,416.23	0.27995	2,916.00	0.27701	2,885.38
3	15,346.18	0.14812	2,273.08	0.14579	2,237.38
4	17,239.75	0.07837	1,351.09	0.07673	1,322.87
5	22,314.53	0.04147	925.29	0.04039	901.20
6	23,786.88	0.02194	521.88	0.02126	505.61
7	29,046.76	0.01161	337.18	0.01119	324.95
8	30,330.35	0.00614	186.29	0.00589	178.59
9	32,185.87	0.00325	104.59	0.00310	99.74
10	33,135.08	0.00172	56.97	0.00163	54.04
			55.84		- 134.46

Fuente: Cuadro 57

Elaborado por: La Autora

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$| \quad 89 \quad + \quad 1.00 \quad \left(\frac{55.84}{190.30} \right)$$

$$TIR = 89.29 \%$$

Análisis : Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
 Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto
 Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

CUADRO N° 60
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTOS			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACTUALIZ.	COSTO	INGRESO	FACT. ACTUALIZ.	INGRESO
	ORIGINAL	12,00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	12,00%	ACTUALIZADO
0						
1	109,867.67	0.89286	98,096.13	126,347.82	0.89286	112,810.55
2	114,613.03	0.79719	91,368.80	131,804.98	0.79719	105,074.12
3	119,558.36	0.71178	85,099.28	143,470.03	0.71178	102,119.13
4	124,850.10	0.63552	79,008.17	149,820.12	0.63552	94,809.80
5	130,497.15	0.56743	73,747.29	163,121.44	0.56743	92,184.12
6	136,401.13	0.50663	68,836.94	170,501.42	0.50663	86,046.18
7	142,594.92	0.45235	64,253.73	185,373.40	0.45235	83,529.85
8	149,048.39	0.40388	59,975.85	193,762.91	0.40388	77,968.61
9	155,795.50	0.36061	55,982.94	202,534.14	0.36061	72,777.82
10	162,849.59	0.32197	52,256.00	211,704.47	0.32197	67,932.80
			728,625.14			895,252.99

Fuente: Cuadro 57

Elaborado por: La Autora

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

$$R (B/C) = \frac{895,252.99}{728,625.14}$$

$$R (B/C) = 1.23 \quad \text{Dólares}$$

Análisis : Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto
 Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente
 Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

CUADRO N° 61
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO ACUMULADO
0	13,878.07		
1		9,944.30	
2		10,416.23	20,360.53
3		15,346.18	35,706.71
4		17,239.75	52,946.46
5		22,314.53	75,260.99
6		23,786.88	99,047.88
7		29,046.76	128,094.64
8		30,330.35	158,424.99
9		32,185.87	190,610.86
10		33,135.08	223,745.95
		190,610.86	

Fuente: Cuadro 57

Elaborado por: La Autora

$$\text{PRC} = \frac{\text{Año anterior cubrir la inversión}}{\frac{\sum \text{Primeros flujos actualizados} - \text{Inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}}$$

$$\text{PRC} = \frac{1}{\frac{35706.71 - 13878.07}{15346.18}}$$

$$\text{PRC} = 1.42$$

0.42 * 12 =	5.04	1	Años
0.04	30	5	Meses
		1	Días

Análisis: El capital se recupera en 1 año, 5 meses y 1 día.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de la sensibilidad es una técnica que, aplicada a la valoración de inversiones, permite el estudio de la posible variación de los elementos que determinan una inversión. El análisis de sensibilidad se considera como una primera aproximación al estudio de inversiones con riesgo, ya que permite identificar aquellos elementos que son más sensibles ante una variación.

CUADRO N° 62
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE COSTOS EN 13,45%

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 13,45%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 47,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 48,00%	VAN MAYOR
0						- 13,878.07		- 13,878.07
1	109,867.67	124,644.87	126,347.82	1702.95	0.6802721088	1158.47	0.6756756757	1150.64
2	114,613.03	130,028.48	131,804.98	1776.50	0.4627701421	822.11	0.4565376187	811.04
3	119,558.36	135,638.96	143,470.03	7831.07	0.3148096205	2465.30	0.3084713640	2415.66
4	124,850.10	141,642.44	149,820.12	8177.68	0.2141562044	1751.30	0.2084265973	1704.45
5	130,497.15	148,049.01	163,121.44	15072.42	0.1456844928	2195.82	0.1408287820	2122.63
6	136,401.13	154,747.09	170,501.42	15754.33	0.0991050971	1561.33	0.0951545824	1499.10
7	142,594.92	161,773.94	185,373.40	23599.46	0.0674184334	1591.04	0.0642936368	1517.30
8	149,048.39	169,095.40	193,762.91	24667.51	0.0458628799	1131.32	0.0434416465	1071.60
9	155,795.50	176,749.99	202,534.14	25784.15	0.0311992380	804.45	0.0293524638	756.83
10	162,849.59	184,752.86	211,704.47	26951.61	0.0212239714	572.02	0.0198327458	534.52
						175.09		-294.31

Fuente: Cuadro 57

Elaborado por: La Autora

$$\text{NTIR} = T_m + D_t \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right) = 47.00 + 1.00 \left(\frac{175.09}{469.40} \right) = \mathbf{47.37\%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = 89.29 - 47.37 = 41.92\%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 41.92 / 89.29 = 46.95\%$$

$$\mathbf{\text{Sensibilidad} = 46.95 / 47.37 = \mathbf{0.99}}$$

Análisis : Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.

Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos del 13.45%

CUADRO N° 63
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE INGRESOS EN 11,30%

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 11,30%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 47,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 48,00%	VAN MAYOR
0						-13878.07		-13878.07
1	109,867.67	126,347.82	112,070.51	2202.85	0.6802721088	1498.54	0.6756756757	1488.41
2	114,613.03	131,804.98	116,911.02	2297.99	0.4627701421	1063.44	0.4565376187	1049.12
3	119,558.36	143,470.03	127,257.92	7699.56	0.3148096205	2423.90	0.3084713640	2375.09
4	124,850.10	149,820.12	132,890.45	8040.35	0.2141562044	1721.89	0.2084265973	1675.82
5	130,497.15	163,121.44	144,688.71	14191.56	0.1456844928	2067.49	0.1408287820	1998.58
6	136,401.13	170,501.42	151,234.76	14833.62	0.0991050971	1470.09	0.0951545824	1411.49
7	142,594.92	185,373.40	164,426.20	21831.28	0.0674184334	1471.83	0.0642936368	1403.61
8	149,048.39	193,762.91	171,867.70	22819.31	0.0458628799	1046.56	0.0434416465	991.31
9	155,795.50	202,534.14	179,647.79	23852.29	0.0311992380	744.17	0.0293524638	700.12
10	162,849.59	211,704.47	187,781.87	24932.27	0.0212239714	529.16	0.0198327458	494.48
						159.00		-290.04

Fuente: Cuadro 57

Elaborado por: La Autora

$$\text{NTIR} = T_m + D_t \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right) = 47.00 + 1.00 \left(\frac{159.00}{449.03} \right) = \mathbf{47.35 \%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = 89.29 - 47.35 = 41.94 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 41.94 / 89.29 = 46.97\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 46.97 / 47.35 = \mathbf{0.99}$$

Análisis : Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
 Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.
 Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 11.30%

h. CONCLUSIONES.

De acuerdo al trabajo de investigación, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Como todo proyecto de desarrollo, el escogido sobre la creación de una empresa de arreglos florales personalizados y su comercialización en el Cantón Yantzaza, soluciona una parte importante de la demanda de este tipo de productos.
2. El análisis del marco teórico permitió conocer científicamente la producción de los arreglos florales personalizados para su posterior comercialización. Además establece con criterios de producción y el uso de insumos para permitir la elaboración del producto.
3. Es estudio de mercado determinó una demanda insatisfecha de 73.004 arreglos florales personalizados para poder producir en el primer año de vida útil del proyecto para el mercado del Cantón Yantzaza.
4. El estudio técnico permitió establecer una capacidad instalada de 19.968 arreglos florales personalizados iniciando con el 80% de la capacidad utilizada que tiene la empresa para el primer año de vida del proyecto, que corresponde a 15.974 arreglos florales.
5. El estudio administrativo hizo conocer que la empresa será de responsabilidad limitada.

6. El estudio financiero determino una inversión de 13.878,07 dólares con aportaciones de los socios y un crédito bancario. Los evaluadores financieros determinaron un VAN de 97.561,21, un Periodo de Recuperación de Capital de 1 año, 5 meses y 1 día, una Relación de beneficio costo de 1, 23 centavos lo que significa que por cada dólar invertido se ganará 23 centavos, una TIR del 89,29% y una análisis de sensibilidad que soporta un incremento en los costos del 13,45% y una disminución en los ingresos del 11,30%. Estos indicadores permiten analizar que el proyecto es factible de realizarlo en Cantón Yantzaza.

i. RECOMENDACIONES.

Frente a las conclusiones plateadas, a los inversionistas se recomienda lo siguiente:

- Cubrir la demanda insatisfecha a través de la creación de la empresa de arreglos florales personalizados en el Cantón Yantzaza, ya que según el estudio efectuado se necesita cubrir la demanda.
- Hacer uso del logotipo de la empresa, elementos que permitirá brindar que la empresa tenga su propia marca la cual facilitará su posicionamiento en el mercado.
- Equipar a la empresa de acuerdo al detalle de requerimientos, elementos indispensables para alcanzar la capacidad instalada detallada en el presente informe.
- Ubicar a la empresa en el lugar señalado en vista de que de acuerdo al análisis efectuado, el lugar brinda al proyecto las condiciones óptimas para su desarrollo.
- Contratar al personal detallado y darles a conocer sus funciones a fin de asegurar la correcta marcha de la empresa.
- Constituir a la empresa bajo la forma jurídica señalada ya que esta facilita su operación.
- Gestionar el crédito en el Banco, ya que según la información obtenida este se ajusta a los requerimientos de la empresa a crearse.

- El precio de venta establecido permitirá cubrir los gastos generados de la producción y a la vez generar una utilidad que beneficiará a los inversionistas, motivo por el cual se recomienda mantenerlo.
- Crear políticas de inversión con el fin de aprovechar al máximo los rendimientos de la empresa.
- Considerar el punto de equilibrio definido en el presente estudio, los cuales servirán de guía para evaluar la marcha del proyecto.

j. BIBLIOGRAFÍA.

- Acosta Altamirano Jaime A. Apuntes de Contabilidad de Costos I, 2010.
- ARTUR SELDON. Diccionario de Economía. F.G. Pennance Ediciones. Villassar, Marzo, 2011
- BACA, Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Pag. 2, México 2010
- Diffenbaugh Vanessa, El Lenguaje de las flores Salamandra publicaciones y ediciones, España, 2011
- Fisher Laura y Espejo Jorge, Mercadotecnia, Tercera Edición, de, Mc Graw Hill - Interamericana, 2011
- Torrance George W. (2011): Métodos para la evaluación económica de los programas de atención de la salud. Ed. Díaz de Santos, Madrid.
- Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2014.
- Melián Rodríguez Manuel Ernesto “Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión” Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011.
- Miranda Miranda Juan José, Gestión de Proyectos: evaluación financiera económica social ambiental 5ª. Ed. Bogotá MM editores, 2010.

- Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2013.
- Randall Geoffrey, «Principios de Marketing», Segunda Edición, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, 2013.
- Talaya, Esteban y Otros "Principios de Marketing" Tercera Edición 2010
- Florflores.Librofloricola.Mexico.2012.EdicionEspecial.
- www.florescanecon.mex.tl/871725_30--Definicion-de-Estudio-Financiero.html

k. ANEXOS.**ANEXO 1.****FICHA DE RESUMEN****a. TEMA**

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN YANTZAZA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE"

b. PROBLEMÁTICA

En los últimos años en el Ecuador, especialmente en el Cantón Yantzaza de la Provincia de Zamora Chinchipe, existen una gran cantidad de empresas, microempresas, pequeños negocios dedicados a la venta de bienes y (o) servicios, que se han ido expandiendo con un crecimiento empresarial no muy acorde a las necesidades de estos tiempos, teniendo estas empresas con crecimiento antiguo y no modernizado, es por este motivo que se escoge este tema al tomar en cuenta que en la actualidad, el sector económico de las flores es el de mayor importancia y trascendencia, después del sector petrolero.

La mayoría de habitantes son pequeños y medianos productores que en esta provincia de Zamora Chinchipe escogen como productos el café, cacao, plátano, maíz y uno de sus problemas fundamentales en el sector agrícola es

la falta de empresas dedicadas a los arreglos florales personalizados, teniendo una gran variedad de flores que se las puede obtener con gran facilidad dentro del Cantón y que provienen de nuestro país, los pobladores de este Cantón no cuentan con un lugar donde puedan adquirir los arreglos personalizados.

La situación de estudio se forma de la idea de vender algo nuevo dentro del Cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe para que asienta su estructura económica en el sector forestal.

Los principales afectados por la no existencia de una comercializadora de arreglos florales personalizados son las personas que buscan este tipo de arreglos para regalos y adornar sus casas, pero no se la puede poner en práctica por la falta de apoyo empresarial y que estas actividades no pueden ser ejecutadas con facilidad por la no existencia de empresas de arreglos florales personalizados en la localidad, la mayoría de personas que quieren emprender en este tipo de negocios se ven obligados a no adquirir estos productos por no existir dentro del Cantón.

Con la creación de una empresa comercializadora de arreglos florales personalizados se busca satisfacer la demanda de los habitantes del Cantón Yantzaza, de esta manera se determina el siguiente problema.

Problemática:

“LA FALTA DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ARREGLOS FLORALES PERSONALIZADOS DIFICULTA LA ADQUISICION DE LAS MISMAS, LOS CONSUMIDORES NO SATISFACEN SU PROPIA DEMANDA, LO QUE HA OCACIONADO UN ESTANCAMIENTO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR COMERCIAL FORESTAL EN EL CANTON YANTZAZA”

c. JUSTIFICACION.**1. JUSTIFICACIÓN ACADEMICA:**

Con el desarrollo del presente proyecto se cubrirá los requisitos fundamentales para la graduación en la Carrera de Administración de Empresas, una vez de haber egresado de la carrera lo constituye la elaboración de la tesis de grado, y además como estudiante poder integrarme con la realidad social, la solución de su problemática y el desarrollo general de la misma.

2. JUSTIFICACIÓN ECONOMICA:

Lógicamente que si el ámbito empresarial crece y se crean nuevas fuentes de empleo la economía del cantón Yantzaza se verá beneficiada con un significativo desarrollo.

3. JUSTIFICACIÓN SOCIAL:

Con la implementación de una empresa productora de arreglos florales personalizados se aportara al desarrollo social de la Provincia de Zamora

Chinchipe y particularmente del cantón Yantzaza, esto a través del crecimiento empresarial de la localidad, el aprovechamiento oportuno del tiempo de la juventud y la creación de nuevas de fuentes de empleo.

d. OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL.

Realizar el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de arreglos florales personalizados y su comercialización en el Cantón Yantzaza Provincia de Zamora Chinchipe.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Realización de encuestas.
- Exposición de encuestas.
- Determinación de encuestas.
- Realización de la tesis.
- Demostrar la demanda.
- Elaboración base legal.
- Definir estructura organizacional.
- Análisis del Punto de Equilibrio y Estados Financieros.
- Análisis de evaluación económica.

e. METODOLOGÍA.

Método deductivo

Este método proporcionara la información acerca del mercado en estudio para determinar el tamaño de la muestra, además ayudará en la

recopilación de información de las necesidades colectivas y afirmaciones generales de mercado de arreglos florales personalizados que deberían ser particularizadas para establecer el estudio de mercado, técnico, financiero y otros que requiera del proyecto para determinar la viabilidad de la inversión, así como, en elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

Método Analítico

A través de este método se descubrirá las causas y efectos de la problemática existente en el sector florícola en especial en el área de los arreglos florales personalizados, en el cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe.

Método descriptivo

Este método permitirá analizar y la determinación de las demandas potencial, real, y efectiva, así como la demanda insatisfecha. Así mismo será utilizado para la determinación de las conclusiones y recomendaciones de toda la investigación.

TECNICAS DE LA INVESTIGACION

La observación y la Encuesta

Estas técnicas permitirán realizar la observación y la aplicación atentamente de los sentidos a un objeto o a un fenómeno, para estudiarlos tal como se presentan, la aplicación de esta técnica permitirá tener una previa

información objetiva acerca del caso de estudio. En fin permitirán obtener datos cuantitativos que ayudarán a determinar aspectos que tiene que ver con la distribución y comercialización del producto, la oferta y la demanda del producto como es la comercialización de arreglos florales personalizados.

Segmentación de la población.

Considerando que el cantón Yantzaza, de acuerdo al censo del INEC del año 2010, existían 18.675 habitantes, cuya PEA fue del 52% o sea 9.711 PEA. Además se consideró un crecimiento poblacional del 2,77%. Se detalla a continuación los aspectos pormenorizados de la fórmula que se aplicó para conseguir la actualización de los mencionados datos:

Proyección de la población Año 2015

$$\begin{aligned} Pf &= Pa (1+i)^n \\ Pf &= 9.711 (1+0.00277)^5 \end{aligned}$$

$$Pf = 10.130 \text{ PEA.}$$

CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

En donde:

n= tamaño de la muestra

e= margen de error

N= Población

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

MUESTRA

$$N = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

N= Población

e= Margen de error

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{10.130}{1 + (0.05)^2 * 10.130}$$

$$n = \frac{10.130}{1 + 0.0025 * 10.130}$$

$$n = \frac{10.130}{102,1775}$$

N = 384 Encuestas

ANEXO 2.**ENCUESTAS A LOS DEMANDANTES.**

1. **¿Acostumbra usted a adquirir flores naturales?**, *Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SI		NO	
----	--	----	--

2. **¿Adquiere usted arreglos florales personalizados?**; *Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SI		NO	
----	--	----	--

3. **¿Cuántos arreglos florales personalizados adquiere usted al mes?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

1	
2	
3	
4	
5	
6 en adelante	

4. **¿Qué opina de la presentación y calidad de los arreglos florales personalizados que adquiere?**, *Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente.*

EXCELENTE	
BUENA	
REGULAR	
MALA	

5. ¿A qué precio usted adquiere los arreglos florales personalizados?,

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente.

1-5	
6-10	
11-15	
16-20	
21 en adelante	

6. Los arreglos florales que adquiere satisfacen completamente sus

necesidades?; Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente.

SIEMPRE	
NO SIEMPRE	
NUNCA	

7. ¿Dónde adquiere los arreglos florales personalizados?; Marque con

una(X) la respuesta que considere conveniente.

ADQUIERE ACTUALMENTE	
Locales florales	()
Mercados	()
Supermercados	()
Otros.....	

8. ¿Dónde le gustaría adquirir los arreglos florales personalizados?;

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente.

LE GUSTARÍA ADQUIRIR	
Locales florales	()
Mercados	()
Supermercados	()
Otros.....	

9. ¿Qué tipo de presentación o envoltura desearía que tenga el producto?,

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente.

PLÁSTICO	
PAPEL	
CANASTILLA DE MIMBRE	
ENVASE DE PLÁSTICO	
ARREGLOS EN MADERA	

10. ¿Qué es lo que más le llama la atención en este tipo producto?,

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente.

PRESENTACIÓN	
TAMAÑO	
TIPO DE FLORES	
COLORES	
AROMA	
FRESCURA	

11. ¿Qué medio de comunicación televisivos usted prefiere?,

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Televisión

Los Encuentros ()

12. ¿Qué medios de comunicación radial usted prefiere?,

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Radio

• Radio Amazonas ()

• Radio Romántica ()

13. ¿Qué medios de comunicación escrito usted prefiere?,

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Prensa Escrita

• El ciudadano ()

• La hora Zamora ()

14. ¿En caso de implementarse una empresa productora de arreglos florales personalizados en la ciudad de Yantzaza, adquiriría usted el producto?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3.**ENCUESTAS REALIZADAS A LOS ESTABLECIMIENTOS DE VENTA DE ARREGLOS FLORALES EN EL CANTON YANTZAZA.**

1.- ¿Vende usted arreglos florales personalizados en su establecimiento?

SI		NO	
----	--	----	--

2.- ¿Cuál es el precio de los arreglos florales personalizados que usted vende?

1-5	
6-10	
11-15	
16-20	
21 en adelante	

3.- ¿Cuántos arreglos florales personalizados vende usted al mes?

1-10	
11-20	
21-30	

4.- ¿Por qué medio de comunicación da a conocer sus productos?

Televisión	
Radio	
Prensa Escrita	
Otros	

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	42
f. RESULTADOS	47
g. DISCUSIÓN	65
h. CONCLUSIONES	159
i. RECOMENDACIONES	161
j. BIBLIOGRAFÍA	163
k. ANEXOS	165
INDICE	177