



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Campus Arturo Ruiz Mora
Santo Domingo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS

Tesis de grado previa la obtención del título de:
INGENIERO DE EMPRESAS

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE FLORES Y FOLLAJES EN EL RECINTO “LA
ASUNCIÓN” DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**

Estudiante:
JOSE LUIS HOLGUIN LOPEZ

Director de Tesis:
LIC. MOISÉS LEMA PADILLA MBA.

Santo Domingo – Ecuador
Mayo - 2010

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE FLORES Y FOLLAJES EN EL RECINTO “LA
ASUNCIÓN” DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”.**

Lic. Moisés Lema Padilla MBA
DIRECTOR DE TESIS

APROBADO

Ing. Ana Ramos
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Jorge Tapia
PROFESOR MIEMBRO

Eco. Víctor Mosquera
PROFESOR MIEMBRO

Santo Domingo, a..... de..... del 2010.

Nombre: JOSÉ LUIS HOLGUÍN LÓPEZ

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Título de Tesis: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FLORES Y FOLLAJES EN EL RECINTO “LA ASUNCIÓN” DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”

Fecha: Enero..... del 2010.

Del contenido del presente trabajo

Se responsabiliza el autor.

José Luis Holguín López

Santo Domingo.....de..... del 2010

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Campus Santo Domingo de los Colorados

INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS

Mediante el presente informo a usted que el trabajo investigativo propuesto por el Señor José Luis Holguín López, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FLORES Y FOLLAJES EN EL RECINTO “LA ASUNCIÓN” DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**, para optar por el Título de Ingeniería en Empresas, ha sido elaborado bajo mi supervisión y control, doy fe que el presente trabajo de investigación ha sido dirigido y revisado en todas sus partes y contenidos, por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes

Atentamente,
Lic. Moisés Lema Padilla. MBA
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

Dedico este trabajo sin duda alguna a la niña de mis ojos, el ser que más me enamora mi hija "Valeria Holguín" por existir y estar conmigo regalándome una sonrisa día a día, porque a lado de ella todo esfuerzo y lucha vale la pena.

De igual forma a mi esposa por que juntos empezamos este largo camino universitario como amigos y compañeros, y con la bendición de Dios logramos terminar siendo profesionales.

A mi madre Celia y mis hermanos Jennifer y Alejandro por ser la familia que somos.

José Luis Holguín López

Agradecimiento

Mi agradecimiento a Dios por ser el todopoderoso que está presente siempre en mi vida, también a mi Madre Celia López por haber luchado sin descansar día a día para que nunca faltara nada, mi eterno agradecimiento a ti madre porque siempre estuviste conmigo en las buenas y en las malas.

De la misma forma a mi esposa que me ayudó a culminar este trabajo siempre pendiente de mi hija y de mí.

También agradezco a mis abuelitos Celia y Sergio por demostrarme que el amor sí perdura y ser un ejemplo de vida.

Al Lic. Moisés Lema Padilla. MBA, por su perseverancia, tiempo y paciencia en toda esta trayectoria.

José Luis Holguín López

Resumen Ejecutivo

Santo Domingo de los Tsáchilas la nueva provincia del Ecuador, se caracteriza por la calidad de sus suelos, por su amplia gama de productos agrícolas exportados a nivel nacional e internacional, entre estos productos exquisitos encontramos la producción de flores y follajes naturales en diferentes variedades, formas, tamaños, colores brillantes etc.

La presente investigación se lo realiza con el objetivo de analizar si es o no rentable un lugar de comercialización para las flores y follajes en la ciudad de Santo Domingo, lo cual se lo ha estudiado en ocho capítulos respectivamente.

Los resultados del estudio de mercado demuestran que existe una demanda insatisfecha de 1.227.475 cajas para el primer año, pretendiendo adquirir y comercializar el 9% correspondiente a 110.473 cajas al año.

De esta manera se incursiona en el mercado con mejor calidad y posicionándose en la mente del consumidor con Flores y Follajes “SAN JOSE” la misma que presenta un precio unitario establecido por caja, que tiene un 10% de descuento en relación al costo original de caja que ofrecen los proveedores de flores y follajes a los comerciantes minoristas y a las floristerías de la ciudad.

Para poner en marcha el proyecto es necesaria una inversión de 17.232,72 dólares la cual será devengada por el aporte de tres accionistas.

Las tres bodegas necesarias para la comercialización de flores y follajes estarán ubicadas en la ciudad de Santo Domingo, la primera estará ubicada en Las Palmeras manzana 1 calle Túpac Yupanqui, la segunda en la Avenida Abrahán Calazacón y Santa Rosa y la ultima en la Calle Galápagos y Cuenca

TABLA DE CONTENIDO

Portada.....	i
Hoja de sustentación y aprobación de los integrantes del tribunal.....	ii
Hoja de responsabilidad del autor.....	iii
Informe de aprobación del Director de Plan de Titulación.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen.....	vii
Índice.....	ix

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema de la investigación.....	1
1.1.1 Diagnóstico.....	1
1.1.2 Pronóstico.....	1
1.1.3 Control del pronóstico.....	2
1.2 Formulación del Problema (tema del proyecto).....	2
1.2.1 Sistematización del problema.....	2
1.3 Objetivos.....	3
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	3
1.4 Justificación.....	4
1.4.1 Justificación Teórica.....	4
1.4.2 Justificación Metodológica.....	4
1.4.3 Justificación Práctica.....	5

CAPITULO II

ANTECEDENTES

2.1 Antecedentes Históricos.....	7
2.2 Características del Sector.....	11
2.3 Características de la producción del bien o servicio.....	13
2.3.1. Materiales de siembra.....	14
2.3.2. Labores pre-culturales.....	14

2.3.2.1	Nivelación y preparación del suelo.....	14
2.3.2.2	Desinfección del terreno.....	15
2.3.2.3	Aplicación de correctivos.....	15
2.3.4	Labores culturales.....	15
2.3.5	Labores fitosanitarias.....	15
2.3.5.1	Método de Control Cultural.....	16
2.3.5.2	Método de control físico.....	16
2.3.5.3	Método de control mecánico.....	17
2.3.5.4	Método de control etológico.....	17
2.3.5.5	Métodos de control natural.....	18
2.3.5.6	Método de control biológico (clásico).....	18
2.3.6	Cosecha.....	18
2.3.7	Tratamientos poscosecha de flores.....	18

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1.	Objetivos del estudio de mercado.....	19
3.1.1	Objetivo General.....	19
3.1.2	Objetivos Específicos.....	20
3.2.	Metodología para la cuantificación de la demanda.....	20
3.3.	Recolección de la información.....	21
3.3.1	Metodología.....	21
3.3.1.1.	Población / Muestra.....	22
3.3.1.2	Fuentes Secundarias de investigación.....	22
3.3.2.	Trabajo de campo.....	23
3.3.3	Definición del mercado objetivo.....	24
3.3.4	Vida Útil del Proyecto.....	26
3.4.	Procesamiento de la información.....	26
3.4.1	Tabulación y Análisis de la Encuesta.....	26
3.4.2	Análisis de la Encuesta.....	27
3.5	Cuantificación de la demanda.....	41
3.5.1	Proyección de la demanda.....	41
3.5.2	Perfil del consumidor del producto.....	42
3.6	Cuantificación de la oferta.....	48
3.6.1	Análisis de la oferta del producto.....	48
3.6.2	Características de la oferta del producto.....	49
3.6.3	Determinación de la oferta del producto.....	50
3.6.4	Proyección de la oferta del proyecto.....	51

3.7	Demanda Insatisfecha.....	53
3.8	Oferta del Proyecto.....	54
3.9	Comercialización del bien o servicio.....	56
3.10.	Marketing Mix.....	56
3.10.1.	Producto.....	57
3.10.2.	Precio.....	65
3.10.3.	Plaza.....	66
3.10.4.	Promoción y publicidad.....	68
3.10.4.1.	La radio.....	68
3.10.4.2.	Prensa Escrita.....	69
3.10.4.3.	Volantes.....	70
3.10.4.4.	Televisión.....	71
3.10.4.5.	Página web.....	71
3.10.4.6.	Tarjetas de presentación.....	73
3.10.4.7.	Logotipo.....	74

CAPITULO IV

ESTUDIO TECNICO

4.1.	Tamaño del proyecto.....	75
4.1.1.	Factores del tamaño del proyecto.....	76
4.2	Localización del Proyecto.....	77
4.2.1	Macro Localización.....	77
4.2.2	Micro Localización.....	79
4.2.2.1	Factores que determinan la micro-localización del proyecto.....	83
4.3	Ingeniería del Proyecto.....	84
4.3.1.	Flujo grama de proceso.....	98
4.4.	Base legal.....	100
4.4.1.	Entidades relacionadas.....	101
4.4.2.	Leyes conexas.....	101

CAPITULO V

INVERSIONES DEL PROYECTO

5.1.	Activos fijos tangibles.....	102
------	------------------------------	-----

5.2.	Activos fijos diferidos.....	102
5.3.	Capital de trabajo.....	103
5.4.	Financiamiento del proyecto.....	106
5.4.1.	Fuentes de financiamiento.....	106
5.4.1.1.	Fuentes internas.....	106
5.4.1.2.	Fuentes externas.....	106
5.5.	Estructura del financiamiento.....	107
5.5.1.	Aportes de Capital.....	107
5.6.	Cuadro de fuentes y usos.....	108

CAPITULO VI

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

6.1.	Costos de producción.....	109
6.1.1.	Costos directos de producción.....	109
6.1.2.	Gastos de fabricación.....	111
6.1.3.	Gastos administrativos.....	119
6.1.4.	Gastos de ventas.....	119
6.1.4.1.	Publicidad.....	120
6.1.4.2.	Gasto de transporte o distribución.....	120
6.2.	Proyección de los costos.....	121
6.3.	Ingresos del proyecto.....	123
6.3.1.	Presupuesto de ingresos.....	123
6.3.2.	Proyección del presupuesto de ingresos del proyecto.....	124

CAPITULO VII

EVALUACION FINANCIERA

7.1.	Evaluación económico financiero del proyecto.....	125
7.1.1.	Instrumentos de evaluación.....	125
7.1.1.1.	Estado de situación inicial.....	126
7.1.1.2.	Estado de resultados.....	127
7.1.1.3.	Flujo de caja.....	128

7.1.1.4.	Balance general proyectado.....	130
7.1.2	Indicadores de evaluación.....	131
7.1.2.1	Costos de oportunidad de capital.....	131
7.1.2.2.	Tasa interna de retorno (TIR).....	132
7.1.2.3	Valor actual neto (VAN). ...	134
7.1.2.4.	Razón beneficio / Costo.....	135
7.1.2.5.	Período de recuperación de la inversión (PRI).....	136
7.1.2.6	Punto de equilibrio.....	137
7.1.3	Índices financieros.....	140

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1	Conclusiones.....	142
8.2	Recomendaciones.....	145

BIBLIOGRAFIA.....	147
GLOSARIO.....	149
ANEXOS.....	150

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1.	Población económicamente activa en la ciudad de Santo Domingo....	23
Tabla2.	Proyección de la población de Santo Domingo para el año 2009.....	25
Tabla3.	Conoce los follajes y las flores ornamentales.....	27
Tabla4.	Adquiere estos productos.....	28
Tabla5.	Con que frecuencia adquiere los productos.....	29
Tabla6.	Forma que le gusta adquirir los productos.....	30
Tabla7.	Lugares donde adquiere los productos.....	31
Tabla8.	Conoce las variedades de flores y follajes que existe en la ciudad.....	32
Tabla9.	Flores de su preferencia.....	33
Tabla10.	Follajes de su preferencia.....	33
Tabla11.	Conoce sí en Santo Domingo existe una empresa comercializadora... De flores y follajes	35
Tabla12.	Adquiere flores ornamentales y follajes producidos en Santo... Domingo	36
Tabla13.	Unidades que adquiere normalmente.....	37
Tabla 14.	Fincas productoras de flores (12 unidades por caja) en santo..... Domingo de los Tsáchila	39
Tabla15.	Fincas productoras de follajes (12 unidades por caja) en Santo..... Domingo de los Tsachila	40
Tabla16.	Producción mensual y anual de flores y follajes.....	41
Tabla17.	Variables para cuantificar la demanda.....	43
Tabla18.	Frecuencia de consumo.....	44
Tabla19.	Demanda mensual.....	45
Tabla20.	Forma de demanda.....	46
Tabla21.	Proyección de la demanda de flores y follajes.....	47
Tabla 22.	Fincas Productoras que ofrecen el producto.....	49
Tabla23.	Oferta del Producto.....	50
Tabla24.	Proyección de la oferta del proyecto (cajas).....	52
Tabla25.	Demanda Insatisfecha.....	53
Tabla26.	Oferta del Proyecto.....	54
Tabla27.	Oferta del Proyecto.....	55
Tabla28.	Precio de flores.....	66
Tabla29.	Precio de follajes.....	66
Tabla30.	Radio.....	68
Tabla31.	Prensa Escrita.....	69
Tabla32.	Volantes.....	71
Tabla33.	Televisión.....	71
Tabla34.	Página web.....	73
Tabla35.	Tarjetas de presentación.....	74
Tabla36.	Logotipo.....	74
Tabla37.	Oferta del producto.....	76

Tabla38.	Sectores.....	80
Tabla39.	Ponderación.....	80
Tabla40.	Factores.....	81
Tabla41.	Equipo de computación.....	87
Tabla42.	Equipo de oficina.....	87
Tabla43.	Vehículo.....	88
Tabla44.	Muebles y enseres.....	88
Tabla45.	Implementos de limpieza.....	89
Tabla46.	Activos Diferidos.....	90
Tabla47.	Activos fijos tangibles.....	102
Tabla48.	Activos fijos diferidos.....	103
Tabla49.	Capital de trabajo.....	104
Tabla50.	Inversiones del proyecto.....	105
Tabla51.	Financiamiento del Proyecto.....	107
Tabla52.	Aporte de los accionistas.....	107
Tabla53.	Cuadro de fuentes y usos.....	108
Tabla54.	Materia prima directa.....	110
Tabla55.	Materia prima directa.....	110
Tabla56.	Costo de materia prima directa proyectada.....	111
Tabla57.	Mano de obra directa.....	112
Tabla58.	Mano de obra indirecta.....	113
Tabla59.	Personal administrativo.....	113
Tabla60.	Honorarios auditor.....	114
Tabla61.	Honorarios contador.....	114
Tabla62.	Los materiales indirectos.....	115
Tabla63.	Los suministros.....	115
Tabla64.	Reparación y mantenimiento.....	116
Tabla65.	Seguros.....	116
Tabla66.	Imprevistos.....	117
Tabla67.	Arriendos.....	117
Tabla68.	Depreciación.....	118
Tabla69.	Resumen Depreciación.....	118
Tabla70.	Gastos administrativos.....	119
Tabla71.	Publicidad.....	120
Tabla72.	Gasto de transporte o distribución.....	120
Tabla73.	Proyección de costos.....	122
Tabla74.	Presupuesto de ingresos.....	123
Tabla75.	Proyección del presupuesto de ingresos del proyecto.....	124
Tabla76.	Estado de situación inicial.....	126
Tabla77.	Estado de resultados.....	127
Tabla78.	Flujo de caja.....	129
Tabla79.	Balace general proyectado.....	130
Tabla80.	Estado de situación inicial.....	132
Tabla81.	Tasa interna de retorno (TIR).....	133
Tabla82.	Comprobación de la TIR.....	133

Tabla83. Valor actual neto (VAN).....	134
Tabla84. Razón beneficio / costo.....	135
Tabla85. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	136
Tabla86. Punto de equilibrio.....	137
Tabla87. Calculo del punto de Equilibrio.....	138
Tabla88. Punto de Equilibrio.....	139
Tabla 89. Recuperación sobre capital propio.....	140
Tabla90. Rentabilidad total.....	141
Tabla91. Utilidad operacional sobre ventas netas.....	141

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N°1	Croquis del Recinto “La Asunción”	12
Gráfico N° 2.	Población económicamente activa (año 2009).....	25
Gráfico N° 3.	Conoce los follajes y las flores ornamentales.....	27
Gráfico N° 4.	Adquiere estos productos.....	28
Gráfico N° 5.	Con que frecuencia adquiere los productos.....	29
Gráfico N° 6.	Forma que le gusta adquirir los productos.....	30
Gráfico N° 7.	Lugares donde adquiere los productos.....	31
Gráfico N° 8.	Conoce las variedades de flores y follajes que existe.....	32
	en la ciudad.	
Gráfico N° 9.	Flores de su preferencia.....	34
Gráfico N°10	Follajes de su preferencia.....	34
Gráfico N°11.	Conoce sí en Santo Domingo existe una empresa.....	36
	comercializadora de flores y follajes	
Gráfico N° 12.	Adquiere flores ornamentales y follajes producidos en.....	37
	Santo Domingo	
Gráfico N° 13.	Unidades que adquiere normalmente.....	38
Gráfico N°14.	Frecuencia de consumo.....	44
Gráfico N°15.	Demanda mensual.....	45
Gráfico N°16.	Forma de demanda.....	46
Gráfico N°17.	Proyección de la demanda de flores y follajes.....	47
Gráfico N°18.	Oferta del Producto.....	51
Gráfico N°19.	Proyección de la oferta.....	52
Gráfico N°20.	Demanda Insatisfecha (cajas).....	53
Gráfico N°21.	Oferta del Proyecto.....	55
Gráfico N°22.	Ave del paraíso.....	57
Gráfico N°23.	Heliconias Rectas.....	58
Gráfico N°24.	Heliconias Caribeas Lamarck.....	58
Gráfico N°25.	Ginger.....	59
Gráfico N°26.	Maracas Shampoo Amarilla.....	59
Gráfico N°27.	Maracas Shampoo Rosada.....	59
Gráfico N°28.	Maracas Shampoo Verde.....	60
Gráfico N°29.	Anturios.....	60
Gráfico N°30.	Colgante.....	61
Gráfico N°31.	Musas.....	61
Gráfico N°32.	Hoja Roja.....	62
Gráfico N°33.	Hoja Verde.....	62
Gráfico N°34.	Hoja Morada.....	62
Gráfico N°35.	Choclera.....	62
Gráfico N°36.	Mirto.....	62
Gráfico N°37.	Pecoso.....	62
Gráfico N°38.	Chiflera.....	63

Gráfico N°39. Canoa.....	63
Gráfico N°40. Pitufu.....	63
Gráfico N°41. Bandano.....	63
Gráfico N°42. Cinta Finita.....	63
Gráfico N°43. Logotipo.....	64
Gráfico N°44. Canales de comercialización de flores y follajes.....	67
Gráfico N°45. Prensa Escrita.....	69
Gráfico N°46. Volantes.....	70
Gráfico N°47. Página web.....	72
Gráfico N°48. Tarjetas de presentación.....	73
Gráfico N°49. Macro-localización.....	78
Gráfico N°50. Micro – localización.....	81
Gráfico N°51. Micro – localización.....	82
Gráfico N°52. Micro – localización.....	82
Gráfico N°53. Localización del recinto “La Asunción”.....	82
Gráfico N°54. Flores y follajes “San José”.....	99
Gráfico N°55. Punto de equilibrio.....	139

INDICE DE ANEXOS

Anexo N°1. Esquema del INEC de la población de Santo Domingo.....	150
Anexo N°2. Encuesta dirigida a los consumidores de flores y follajes.....	151
Anexo N°3. Gastos de Constitución.....	158
Anexo N°4. Permiso de funcionamiento.....	159
Anexo N°5. Equipos de Computación.....	160
Anexo N°6. Vehículo.....	161
Anexo N°7. Muebles y encerres.....	162
Anexo N°8. Logotipo.....	163
Anexo N°9. Implementos de limpieza.....	164
Anexo N°10. Costo de materia prima directa proyectada.....	165
Anexo N°11. Proyección del presupuesto de ingresos del proyecto.....	170
Anexo N°12. Presupuesto de ingreso mensual.....	175
Anexo N°13. Rol de pagos "san José"	176
Anexo N°14. Precio por caja de flores y follajes que ofrece las.....	178
fincas productoras a los mercados minoristas y floristerías	

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1.- DIAGNOSTICO

En la actualidad, los cultivos de flores y follajes en la Provincia de Santo Domingo de los Tsachilas especialmente las que se dan en el recinto LA ASUNCION ubicada en el Km. 24 vía Esmeraldas al margen izquierdo, son abundantes y de gran aceptación, en especial dentro de la zona de Santo Domingo y las ciudades como Quito y Guayaquil pero uno de los problemas mas graves que tienen los productores de la zona, es la de no ser reconocidos como empresas productoras, por no poseer un nombre que los catalogue como tal y no estar constituidas legalmente, lo que origina malas técnicas de comercialización, una mala organización en la distribución del producto, poco posicionamiento en el mercado y bajas en las ventas.

1.1.2- PRONOSTICO

Si no se establece soluciones al problema va a causar pérdidas económicas progresivas para los cultivadores localizados en este recinto, debido a la mala distribución del producto, así como también pérdidas del mercado debido a la competencia administrativa, existirá desperdicio de recursos y será causante

del desempleo, provocando la emigración y desaparecerá esta actividad económica.

1.1.3.- CONTROL DEL PRONÓSTICO

Si se constituye como empresa productora de flores y follajes se logrará un mayor posicionamiento del producto en el mercado ya que como empresa constituida se estará presente en la mente del consumidor y sabrán de donde proviene por su calidad, se puede llegar a establecer técnicas claras de distribución y comercialización, optimizando recursos económicos, aumentando la productividad, con lo cual se logrará un incremento progresivo de los ingresos y un beneficio importante es la de brindar estabilidad laboral a todos los empleados de la zona generando una mayor motivación a todo el recurso humano.

1.2.- FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la creación de una empresa comercializadora de flores y follajes, para mejorar competitividad en el Recinto “La Asunción” dentro de la zona de Santo Domingo de Los Tsáchilas?

1.2.1.- SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Será necesario plantear un estudio de mercado para determinar las distintas fuerzas de mercado como son la oferta y la demanda?

- ¿Será necesario realizar un estudio técnico para obtener información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos de la unidad de producción?
- ¿Será necesario realizar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto?
- ¿Es de importancia realizar un estudio económico para determinar la viabilidad del proyecto?
- ¿Será factor determinante la localización del Recinto la Asunción frente al mercado?

1.3.- OBJETIVOS

1.3.1.- OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad que permita la creación de una empresa comercializadora de flores y follajes en el Recinto “La Asunción” ubicada en el km. 24 vía Esmeraldas margen izquierdo en la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas.

1.3.2.- OBJETIVO ESPECIFICO

- ❖ Diseñar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda.
- ❖ Formular un estudio técnico para obtener información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos de la unidad de producción.
- ❖ Ejecutar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.
- ❖ Ejecutar un estudio económico para determinar la viabilidad del proyecto.

- ❖ Realizar un estudio de macro y microlocalización a través de la matriz de factores.

1.4.- JUSTIFICACION

1.4.1.- JUSTIFICACION TEORICA

La investigación propuesta busca mediante la aplicación de un estudio económico y financiero la factibilidad de conocer cuales serán los recursos financieros, tecnológicos, de mano de obra calificada, etc., y así llevar a cabo el proyecto, como también determinar la capacidad de la empresa y establecer una reorganización del aspecto productivo, aplicando procedimientos de planificación y planeación estratégica, además un estudio de mercado permitirá conocer las distintas fuerzas de mercado como son la oferta y la demanda, búsqueda de mercados alternos para ser competitivos.

Mediante el estudio económico se determinará la estructura, los costos del proyecto, la inversión, el capital de trabajo, el flujo económico, el calculo del VAN, de la TIR entre otros indicadores.

1.4.2.- JUSTIFICACION METODOLOGICA

Mediante la aplicación de encuestas se logrará conocer la demanda actual del producto en el mercado de Santo Domingo de los Tsachilas, Quito y Guayaquil, y buscar nuevos mercados donde incursionar, así como también se podrá aplicar tablas de Excel que permitirá obtener las graficas y datos estadísticos sobre la producción de las unidades dentro del recinto “La Asunción” y la

producción de otros lugares y compararlos entre sí; realizar simulación para la búsqueda de nuevos mercados competitivos internos y externos que no han sido servidos del producto.

Mediante las entrevistas a nuestros consumidores podremos conocer cuáles son nuestras ventajas y desventajas competitivas en relación a nuestros competidores, además será necesario entrevistar a expertos mediante la técnica simple.

Al realizar un diseño estadístico se puede conocer datos históricos y actuales, los cuales pueden ser analizados para mejorar la productividad y la comercialización.

Siendo las flores y follajes más producidas en el sector las siguientes:

FLORES: heliconias, maracas, musas, ginger, aves de paraíso, colgantes y anturios.

FOLLAJES: hoja roja, hoja verde, hoja morada, choclera, mirto, pecoso, chiflera, canoa, pitufo, bandano, cinta finita.

1.4.3.- JUSTIFICACION PRÁCTICA

La creación de una empresa comercializadora de flores y follajes en el recinto "La Asunción" contribuirá con el establecimiento de nuevas plazas de trabajos permitiendo el desarrollo económico del recinto, de la ciudad y de la provincia.

Al mismo tiempo permitirá obtener mayores ingresos para el recinto, mejorando su economía, estatus social y cultural de su población y aportando mayores conocimientos para los productores mediante la capacitación técnica.

CAPITULO II

ANTECEDENTES

2.1. Antecedentes históricos

La flor es un nombre femenino de origen Latín Florus, variante de flora. Desde mucho tiempo atrás, las flores han sido un noble medio para dar a conocer y transmitir sentimientos. El lenguaje de las flores comenzó en Constantinopla en el año 1.600 y se introdujo en la cultura occidental en el año 1.716, cuando María Wortley Montagu, que había vivido un tiempo en Turquía con su marido, llevó este lenguaje a Inglaterra.

No tardó mucho en despertarse el interés por el significado de las flores, y rápidamente esta pasión se propagó a Francia, donde se escribió precisamente un libro con el título *Le Langage des Fleurs*, que fue considerado bastante atrevido, ya que junto con las 800 muestras florales, algunas de las descripciones resultaron escandalosas y tuvieron que ser limitadas a la traducción inglesa de la obra, dicen que por respeto a la reina.

La verdadera época de esplendor del lenguaje de las flores fue el Romanticismo, cuando se utilizaban para que los amantes se comunicaran. La capacidad de hablar de las flores a través de sus formas, colores y aromas, era un secreto que las madres legaban a sus hijas y un medio para comunicar numerosos sentimientos: vida, belleza, desánimo, muerte, soledad... pero sobre todo amor.

La flor es un brote de crecimiento limitado que está especializado en funciones reproductoras; es un órgano del cormo esporofítico que genera esporangios y esporas. En una flor el tallo se modifica mucho, perdiendo su característico crecimiento indefinido; a su vez, las hojas florales, las cuales carecen de yemas axilares, sustituyen la función de fotosíntesis de las hojas normales por la de protección, producción de esporangios, etc. Es en la flor donde transcurre la mayor parte del ciclo vital de los espermatofitos. Por esta razón, cualquier modificación en la flor afecta a su biología, creando barreras reproductoras entre los diferentes individuos y produciendo, por tanto, nuevas especies con diferentes características. Por esta razón, por la constancia de los caracteres de la flor, ésta tiene un gran valor para diagnosticar una especie. Son las flores, y los frutos que se derivan de ellas, los que sirven para determinar las características morfológicas de las especies así como su evolución y grado de parentesco.

La floricultura es la disciplina de la horticultura orientada al cultivo de flores y plantas ornamentales en forma industrializada para uso decorativo. Los productores llamados floricultores, producen plantas para jardín, para su uso por jardineros, paisajistas, decoradores de interiores, venta de flores cortadas en floristerías o florerías, para su uso final en florero. Hay que entender a la floricultura como emprendimientos de producción masiva de plantas por diferencia con la jardinería. Estos últimos son quienes hacen uso de las producciones de los floricultores. Las empresas floricultoras son emprendimientos comerciales con distinto proceso de complejidad, entre las que se encuentran: las de tipo familiar de regular dimensión y las que alcanzan niveles de altas inversiones por parte de empresas de tipo corporativo.

Entrada la década de los 80, se inaugura un nuevo proceso democrático que modifica las relaciones sociales, el eje económico basado en el petróleo, se implanta las políticas de ajuste impulsadas por el banco mundial. En el país, se

dan las condiciones para el desarrollo de un nuevo modelo de producción que incentiva a la producción de los cultivos no tradicionales de exportación CNT, donde la agroindustria de flores en la sierra, y la producción de camarones en la costa son las más representativas en los últimos años, este nuevo sector exportador, agroindustrial, ha generado tal cantidad de recursos que, en nivel de importancia, se ha ubicado detrás de los productos tradicionales como el petróleo, banano y cacao, revitalizando la economía del país.

El cultivo de estos productos no tradicionales, (CNT), se desarrolla en un momento en el que el país empieza a dar pasos agigantados en la implantación de políticas neoliberales de ajuste estructural. Los gobiernos del Dr. Oswaldo Hurtado y del Ing. León Febres Cordero posibilitan que empresas se instalen, resultando la inversión en extremo rentable a más de que hay convenios internacionales que dejan sin gravámenes a este tipo de productos, debiendo mencionarse que la industria de flores se ha desarrollado en el Ecuador en un contexto de estabilización coyuntural. Esta participa en la reorientación del aparato productivo hacia los sectores de bienes intercambiables para exportación en línea recta de una política neoliberal.

Las flores constituyen el principal producto no tradicional de exportación del Ecuador. En 2003 le reportó al país 308,7 millones de dólares y en 2004, se ubicó en el récord de 354,8 millones y, hasta octubre del 2009, había generado 306,8 millones de dólares.

El sector agropecuario tiene una importante participación en la economía nacional y es así como el sector floricultor a pesar de tener poco tiempo de participación tiene una contribución al PIB agrícola del 15,08% en el año 2000 y es notorio su crecimiento que al año 2004 alcanza el 17,07%.

Desde que se iniciaron los cultivos con miras a la exportación, el crecimiento del sector ha sido permanente, aunque en los primeros años la tarea no fue fácil debido a múltiples factores, vemos que a partir del año 1.999 el sector floricultor con 2.803,08 Há, ha crecido al año 2.006 a 3.621,52 Há.

La importancia de la floricultura del Ecuador se muestra no solamente en el enorme aporte económico para el país en términos de divisas, sino en el gigantesco aporte social. Este sector genera 60.000 puestos de trabajo en las fincas florícolas ubicadas en las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Cañar y Azuay. Del total de trabajadores, 36.000 son mujeres, muchas de ellas cabezas de familia. La floricultura se ha convertido en una alternativa frente a la presión migratoria que ha experimentado el Ecuador.

Esto, junto a la provisión de servicios de atención médica, cuidado infantil, educación, capacitación del talento humano de las empresas florícolas, participación de los gobiernos locales y tecnificación de las labores agrícolas, hace de la floricultura una actividad determinante para mejorar la calidad de vida y el bienestar de la población rural en la sierra ecuatoriana y un futuro en esta zona de Santo Domingo de los Tsachilas.

Bien se puede afirmar que es el esfuerzo mancomunado de trabajadores, empleados, técnicos, empresarios, gobiernos locales ligados al sector florícola que ha generado estos resultados. Para mantenerlos y ampliarlos es necesario que a este empeño se sume el gobierno nacional cumpliendo adecuadamente la tarea que le corresponde.

2.2. Características del sector

Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas.

Fecha de creación: 6 de Noviembre del 2007.

Capital: Santo Domingo.

Ubicación: Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra ubicado al pie de la Cordillera Occidental de los Andes.

Límites:

SUR: Provincia de los Ríos;

ESTE: Provincia de Pichincha y Cotopaxi;

OESTE: Provincia de Manabí y Esmeraldas;

NORTE: Provincia de Pichincha.

Extensión: Aproximadamente 3.442 km².

Demografía:

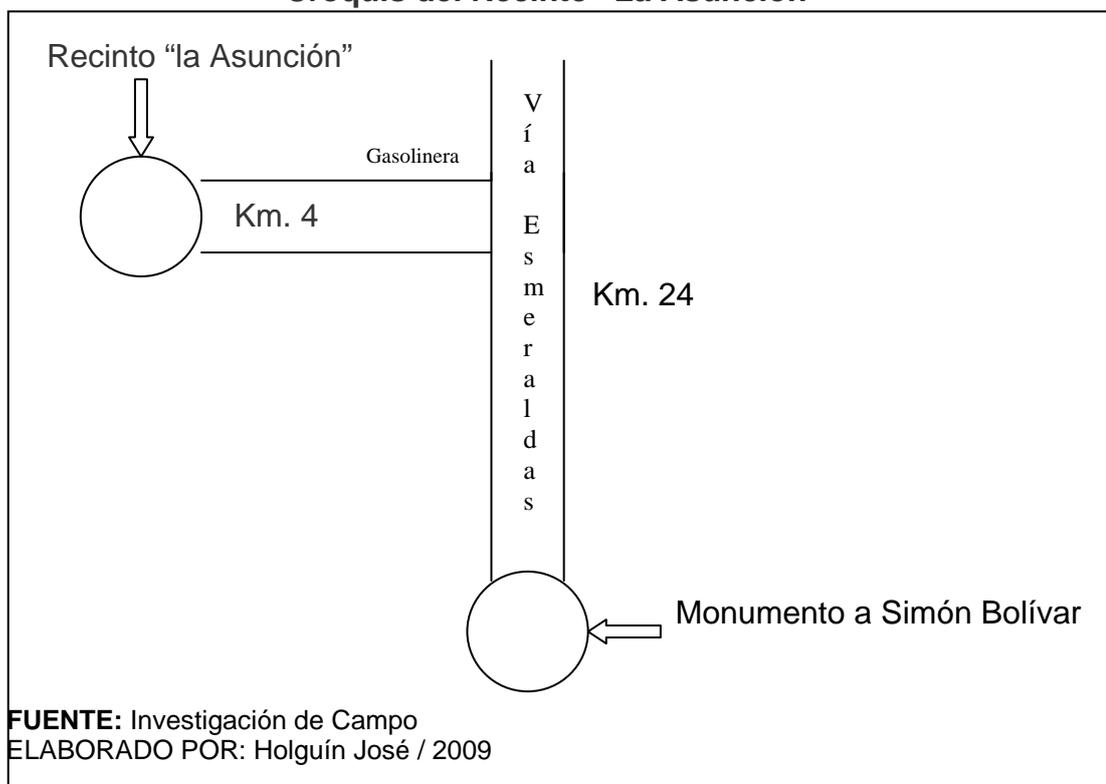
Cuenta con una población aproximada de 383.830 habitantes según los datos proyectados por el INEC para el 2.009, con una tasa anual de crecimiento de 3,7%. Zona urbana: 70% de la población. Zona rural: 30% de la población. Es

una de las ciudades más prósperas y de mayor crecimiento poblacional del país.

Clima: Se encuentra en una zona de clima Trópico Húmedo, a una altura de 655 msnm, teniendo una temperatura que fluctúa entre 18°C. y 26°C.

GRAFICO Nº 1

Croquis del Recinto “La Asunción”



El recinto “LA ASUNCION” pertenece a la Parroquia VALLE HERMOSO ubicada en el respaldo izquierdo de la vía Esmeraldas km. 25

Cuenta con una temperatura de 25°C, una altitud de 307 msnm, y el tipo de suelo es franco limoso.

El recinto se caracteriza por el turismo, la agricultura y ganadería, Su clima y las características del suelo la vuelven una tierra apta para el cultivo de palma africana, abacá, palmito, maracuyá, piña y flores, que son sus principales productos. La ganadería de carne y leche también han logrado un buen desarrollo. Esto ha hecho que en el sector se asienten, importantes productoras, destacando las de flores y follajes siendo esta la actividad principal del sector.

2.3. Características de la producción del bien o servicio

La agricultura, está en quinto puesto de los sectores que aportan al Producto Interno Bruto (PIB), también es uno de los que más divisas genera al Ecuador.

En el presente año, la floricultura ecuatoriana agrupa a más 350 empresas afiliadas y 150 empresas no asociadas que producen Rosa, Clavel, Clavelina Pompón, Crisantemo, Gysophila, Flores de Verano y Flores Tropicales, con una extensión cultivada de 3.4126,53 hectáreas y dando ocupación directa a 38.000 trabajadores, de los cuales el 60% son mujeres; además de otorgar trabajo indirecto a más de 68.472 personas, cabe recalcar que de esta mano de obra el 62% trabajan en rosas, con una actividad que genera ventas de USD \$ 398.504,24 que es un significativo aporte a la economía del país, constituyéndose la floricultura en el primer artículo de exportación de la sierra.

El corto tiempo de retorno de la inversión, está calculado en tres años: esto, garantiza un repliegue rápido en caso de problemas políticos o económicos del país que pongan en riesgo la estabilidad del negocio implementado.

Para la producción, es necesario considerar también los siguientes factores:

2.3.1. Materiales de siembra

Los materiales de siembra dependen de la variedad a que pertenezcan. Se utilizan: rizomas, acodos, esquejes y hojas.

2.3.2. Labores pre-culturales

Son los pasos previos a las actividades culturales. Se distinguen 3 etapas:

2.3.2.1 Nivelación y preparación del suelo

El manejo ecológico del suelo propone el mantenimiento de la vida en el suelo como una condición fundamental para garantizar la fertilidad biológica, física y, química del mismo. Un suelo sano, es sinónimo de cultivos sanos, de cosechas abundantes y de calidad.

La preparación del suelo se realizará utilizando aperos de labranza apropiados para evitar la alteración del perfil original y su consecuente desactivación: arado cincel para roturar y airear, subsolador si el suelo presenta una capa endurecida bajo la capa arable, el arado vertedera solamente para cortar campos empastados, rastra de discos y, clavos para mullir y desarraigar, el rotavator siempre que la labor no vaya más allá de los primeros quince centímetros de suelo. Es aconsejable dejar expuesto el suelo por un lapso de

10 a 15 días a la acción de los agentes meteorológicos y de los controladores naturales (aves, mamíferos, reptiles y batracios), para eliminar de esta manera: huevos, larvas y adultos de insectos plaga, ácaros, nematodos, así como agentes patógenos.

2.3.2.2 Desinfección del terreno. La utilización frecuente de abonos orgánicos permite resolver los problemas de fertilidad del suelo, mejorar la capacidad de retención de agua y circulación del aire, favorecer el desarrollo y vigorización de las flores, aumenta la capacidad de resistencia a factores ambientales adversos, activar su biología y con ello, la capacidad de controlar naturalmente insectos, ácaros, nemátodos como patógenos.

2.3.2.3 Aplicación de correctivos. Sea cual fuere el abono que se va a utilizar, su aplicación debe responder a un análisis previo del suelo (nutrimentos, relación carbono/nitrógeno y microorganismos), los mismos que sirven de restructuradores.

2.3.4 Labores culturales

Son el conjunto de actividades que deben cumplirse antes de la fase productiva: fertilización, limpieza (mantenimiento de drenajes y caminos), desrame (control de maleza), podación, desfoliación y riego.

2.3.5 Labores fitosanitarias

Están dirigidas al control de plagas y enfermedades. En Ecuador no se han detectado graves problemas de este tipo, pero podrían ocurrir en caso de no

existir un adecuado control. Los problemas que se podrían presentar en Ecuador son nematodos, ácaros, hongos fitopatógenos y bacterias.

Es aconsejable establecer un manejo ecológico de las plagas ya que estas son prácticas que sin alterar el equilibrio del medio ambiente, pretenden prevenir el desarrollo de las poblaciones de insectos (se incluyen ácaros, gastrópodos, nematodos) y patógenos.

En la producción florícola en el país se aplican de manera exitosa este tipo de prácticas de manejo que incluyen la utilización de los métodos: cultural, físico, mecánico, natural biológico clásico y etológico.

2.3.5.1 Método de Control Cultural: Se basa en la ejecución de labores propias de los cultivos tales como:

- Laboreo adecuado del suelo.
- Labores periódicas de escarda.
- Siembra de hospederos de especies benéficas (por ejemplo la manzanilla que alberga a las arañas de jardín que son excelentes predadoras de insectos plaga)
- Identificación y eliminación de plantas hospederas de insectos plaga;
- Incorporación de materia orgánica. A mayores niveles de materia orgánica, menor ataque de plagas;

2.3.5.2 Método de control físico: En este método interviene algún agente abiótico en intensidades tales que resultan letales para los insectos:

- El calor seco o vapor, producidos durante las prácticas de solarización o vaporización eliminan patógenos como hongos y bacterias.
- El calor generado durante el proceso de descomposición de los materiales orgánicos al interior de las composteras, elimina patógenos y semillas de malezas.
- Uso de desecantes o abrasivos (ceniza o cal) elimina los elementos patógenos del suelo.

2.3.5.3 Método de control mecánico: Promueve las siguientes actividades:

- Eliminación y/o procesamiento de desechos para interrumpir el ciclo biológico de las plagas.
- Destrucción selectiva de plantas enfermas.
- Las aspiradoras reduce significativamente poblaciones de pequeños insectos como mosca blanca, trips, minadores, arañitas, etc.

2.3.5.4 Método de control etológico: Se basa en el comportamiento de los seres vivos y se pueden utilizar los siguientes artificios.

- Trampas de luz para captura de insectos voladores nocturnos.
- Trampas con bandas plásticas amarillas, azules y blanco mate, embebidas en aceite, manteca, vaselina, para capturar mosca blanca, minadores y trips.
- Uso de mallas mosquiteras de metal, polietileno o poliéster para impedir la entrada de pequeños insectos a los invernaderos.

2.3.5.5 Métodos de control natural: Los controladores naturales que pueden ser: aves, arañas de jardín con hábitos predadores, mamíferos (murciélagos), batracios, reptiles, insectos benéficos predadores y parasitoides, agentes micro biológicos entomopatógenos y antagonicos capaces de controlar insectos plaga, ácaros, nematodos y enfermedades fungosas.

2.3.5.6 Método de control biológico (clásico): Consiste en la utilización de cualquier agente biológico de control natural (hongos, virus, bacterias o insectos benéficos predadores o parasitoides), pero en forma dirigida. Liberados sobre las plagas de los cultivos, con el propósito de reducir el ataque de las plagas, a niveles inofensivos.

2.3.6 Cosecha

Las flores que son cortadas a temperaturas bajas del día, son las que tienen más tiempo de vida en florero.

2.3.7 Tratamientos poscosecha de flores

Las flores por ser productos perecederos deben tratarse física, química y mecánicamente para su conservación, por lo tanto se debe conocer claramente cual es el tratamiento indicado para conservar mejor cada tipo de flor.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado busca determinar el producto o servicio, que incorporado un valor, para diferenciarse de la competencia, los consumidores están dispuestos a adquirir, pagando un precio establecido, de acuerdo a las condiciones de pago negociadas, mediante el uso de canales de distribución, analizando el comportamiento del consumidor con el propósito de poder elaborar una proyección de ventas”.¹

En otras palabras, el estudio de mercado tiene como finalidad encontrar o determinar la existencia o no de una demanda insatisfecha de un bien o servicio, mediante el análisis de las distintas fuerzas de mercado como son la oferta y la demanda, las cuales permitirán obtener datos reales de comercialización dentro del mercado, permitiendo reducir el riesgo de invertir en una actividad económica.

3.1. Objetivos del estudio de mercado

3.1.1 Objetivo General

Establecer el nivel de aceptación que tiene en el mercado de Santo Domingo, el consumo de flores y follajes con la finalidad de conocer la posibilidad de crear una empresa dedicada a la comercialización del producto.

¹ Econ. Edilberto MENESES, PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS, Pág. 10, Edición 2004

3.1.2 Objetivos Específicos

- ❖ Conocer el precio de comercialización actual de las flores y follajes.
- ❖ Determinar los lugares adecuados de comercialización en los cuales se pueda expender al por mayor el producto.
- ❖ Establecer cuál es la oferta y demanda actual dentro del mercado.
- ❖ Identificar los gustos y preferencias de flores y follajes que tiene el consumidor actual.
- ❖ Analizar las fechas en las cuales exista mayor demanda del producto.
- ❖ Conocer las variedades de flores que mas prefiere el consumidor dentro del mercado.
- ❖ Identificar las restricciones existentes en el mercado (permisos, impuestos, etc.) los cuales son necesarios para una correcta comercialización.
- ❖ Analizar la forma de negociación de nuestros posibles competidores.

3.2. Metodología para la cuantificación de la demanda

“Las demandas o curvas de demanda del mercado son el resultado del proceso por el que los individuos eligen la canasta de bienes o servicios de consumo que mas prefieren”.²

Para desarrollar el estudio de factibilidad es necesario realizar encuestas, las cuales nos facilitarán la obtención de datos confiables, necesarios para llevar a cabo un correcto estudio.

² SAMUELSON MORDHAUS, ECONOMIA DECIMOSEPTIMA EDICION, Pág. 84

Para poder desarrollar las encuestas se obtienen los datos previos del INEC de acuerdo al último censo del año 2001 basándose principalmente a la población de Santo Domingo, del cual se delimito la muestra del segmento de la población económicamente activa (PEA) de la clase media y alta, que es la que estaría en la posibilidad de adquirir nuestro producto.

“La segmentación de mercado significa dividir el mercado en grupos más o menos homogéneos de consumidores, en su grado de intensidad de la necesidad. Más específicamente podemos decir que es la división de mercado en grupos diversos de consumidores con diferentes necesidades, características o comportamientos, que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes”.³

3.3. Recolección de la información

3.3.1 Metodología

Se utilizó fuentes primarias de investigación teniendo como base a la población económicamente activa (PEA) de la clase media y alta, que son las personas que mas adquieren nuestro producto, con lo cual se busca determinar el conocimiento y aceptación que tienen las personas a cerca de las flores y follajes, usando encuestas, entrevistas personales entre la población de la ciudad.

³ www.monografias.com/trabajos6/sem/sem.shtm/

3.3.1.1. Población / Muestra

La población estará formada por las personas que conocen y adquieren las flores y follajes a más de los establecimientos comerciales donde se ofrecen las flores cultivadas del Recinto “La Asunción” así como por su propietario y cultivadores.

La muestra estará formada por los clientes potenciales que demandan los productos en cualquiera de los establecimientos cercanos donde se vende flores y follajes y las producidas en el recinto “La Asunción”, que forma parte de esa ofrenda floral.

n = Tamaño de la muestra.

Z^2 = Referencia estandarizada dado un nivel de confianza.

S^2 = Varianza conservadora (igual probabilidad de éxito, igual probabilidad de fracaso)

E^2 = Máximo error permitido para la investigación, está entre el 5% y el 15%.

$$n = \frac{Z^2 \cdot S^2}{E^2} \qquad n = \frac{(1.96)^2 (0.5)^2}{(0.08)^2} \qquad n = 150$$

Estos serán seleccionados en forma aleatoria utilizando al establecimiento comercial y día determinado para ejecutar la muestra y su estudio.

3.3.1.2 Fuentes Secundarias de investigación

Mediante la investigación en Internet en la página Web del INEN se pudo obtener información acerca de la población de la ciudad de Santo Domingo de

los Tsáchilas, tomando como base el último censo realizado en el año 2001, con esta información se procedió a proyectar para el año 2009. Una vez proyectado el número de habitantes se calculó la población económicamente activa correspondiente al (35,33% según el censo) de la población total. Dicho resultado sirvió para calcular el 52% correspondiente a las personas de clase media y alta, que son las personas que tienen mayor posibilidad de adquirir nuestro producto. Ver anexo 1

TABLA Nº 1

Población económicamente activa en la ciudad de Santo Domingo

Periodos	Años	Población	P.E.A 35,33%	Clase media y alta 52%	Clase baja 48%
9	2.009	383.830	135.607	70.516	65.091

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Mediante la investigación se logró determinar que la población económicamente activa dentro del segmento de la clase media y alta es de 70.516 habitantes, los cuales están en mayor posibilidad de adquirir nuestro producto, y hacia ellos está enfocado nuestro proyecto.

Método de recolección de datos: mediante el uso de las encuestas personales se otorga un cuestionario a las personas que serán objeto de entrevista, el cual, está estructurado con preguntas cerradas siendo fundamentales para obtener una información cuantitativa.

3.3.2. Trabajo de campo

En la investigación de campo se empleó encuestas, las cuales contenían preguntas abiertas diseñadas acorde a las personas entrevistadas, para que

ellos puedan responder de acuerdo a las expectativas que tienen sobre las flores y follajes, cada pregunta cuenta con opciones de respuesta que permite establecer una escala de medición, obteniendo resultados que den a conocer de la manera más exacta la demanda futura que puede tener los productos en el mercado, los gustos y preferencias y la capacidad adquisitiva de nuestro mercado objetivo.

3.3.3 Definición del mercado objetivo

El mercado objetivo se define como el grupo de personas que buscan satisfacer sus necesidades mediante la adquisición de flores y follajes producidas y comercializadas en la ciudad de Santo Domingo, con el fin de utilizarlas como decoración en fiestas, días festivos, adorno en hoteles, etc.

La ciudad de Santo Domingo se caracteriza por niveles relativamente altos del gasto en flores y follajes. El tamaño de este mercado tiende a ser estable y a veces incluso disminuye. Los consumidores tienden a gastar una parte de sus ingresos económicos en flores para el uso personal.

El mercado objetivo está dado por el número actual y futuro de habitantes que son económicamente activas y pertenecen a la clase media y alta de la ciudad de Santo Domingo.

En la tabla N° 2 se indica la población en la cual está enfocado el plan de investigación siendo de 70.516 habitantes perteneciente a la clase media y alta y que forman parte de la población económicamente activa del país.

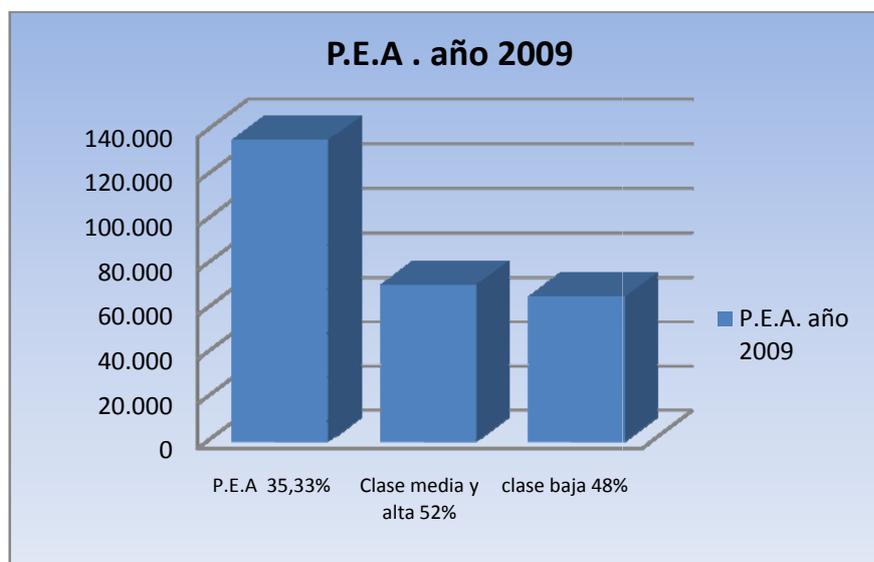
TABLA N° 2
Proyección de la población de Santo Domingo para el año 2009

Periodos	Años	Población	P.E.A 35,33%	Clase media y alta 52%	Clase baja 48%
1	2.001	287.018	101.403	52.730	48.674
2	2.002	297.638	105.155	54.681	50.475
3	2.003	308.650	109.046	56.704	52.342
4	2.004	320.070	113.081	58.802	54.279
5	2.005	331.913	117.265	60.978	56.287
6	2.006	344.194	121.604	63.234	58.370
7	2.007	356.929	126.103	65.574	60.529
8	2.008	370.135	130.769	68.000	62.769
9	2.009	383.830	135.607	70.516	65.091

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 2
Población económicamente activa (año 2009)



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo La tasa anual de crecimiento poblacional para la ciudad de Santo Domingo es del 3.7%, con una población de 287.018 habitantes de acuerdo al censo del año 2001 se realizó la proyección hasta el año 2.009 para obtener la población actual.

3.3.4 Vida Útil del Proyecto

La vida útil del proyecto se establece en un periodo de cinco años, en ese tiempo varios factores influirán en su desarrollo, siendo fundamental el crecimiento de la población con una tasa del 3.7% anual según los datos del INEC, formando parte de la demanda potencial, así como también los cambios sociales, económicos y tecnológicos, serán importantes para la correcta toma de decisiones.

3.4. Procesamiento de la información

Las encuestas serán la herramienta a utilizar, para obtener información cuantitativa de los posibles proveedores y consumidores de flores y follajes que existen en la ciudad de Santo Domingo, estos datos serán recolectados, ordenados y procesados a través de métodos estadísticos y los resultados servirán para ser analizados y tomar las decisiones correctas al momento de poner en marcha el proyecto.

3.4.1 Tabulación y Análisis de la Encuesta

Encuesta dirigida a las personas económicamente activas de la clase media y alta que viven en la ciudad de Santo Domingo.

Objetivo de la encuesta

Conocer los gustos y preferencias de nuestro mercado objetivo, la cual determinará la posibilidad de llevar a cabo la CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FLORES Y FOLLAJES EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO mediante la obtención de la demanda insatisfecha.

3.4.2 Análisis de la Encuesta

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE FLORES Y FOLLAJES

Primera Pregunta: ¿Conoce usted los follajes y las flores ornamentales?

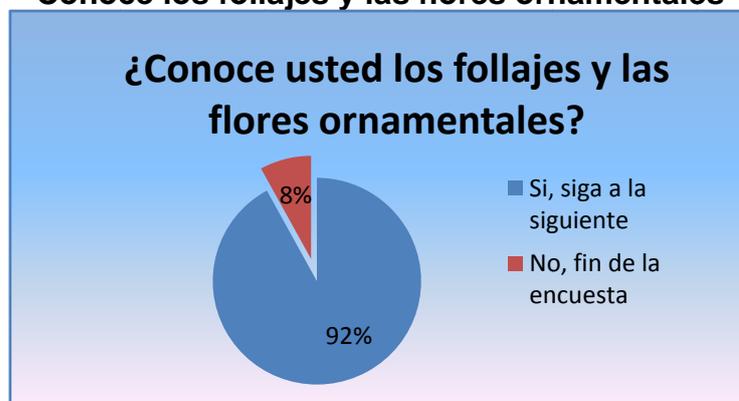
TABLA Nº 3
Conoce los follajes y las flores ornamentales

CONOCIMIENTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si, siga a la siguiente	138	92%
No, fin de la encuesta	12	8%
Resultado Total	150	100%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 3
Conoce los follajes y las flores ornamentales



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis:

EL 92% de las personas encuestadas conocen los follajes y las flores ornamentales, mientras que tan solo el 8% desconoce de la existencia del producto, con esta información se determina que la mayor parte de las personas de Santo Domingo tienen conocimiento del producto.

Segunda Pregunta: ¿adquiere usted estos productos?

TABLA Nº 4
Adquiere estos productos

ADQUIERE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si, siga a la siguiente	105	76%
No, fin de la encuesta	33	24%
Resultado total	138	100%

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 4
Adquiere estos productos



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis:

El 76% de las personas que conocen los productos manifiestan que SI consumen el producto, y el 24% dice que NO.

Tercera Pregunta: ¿Con que frecuencia adquiere usted estos productos?

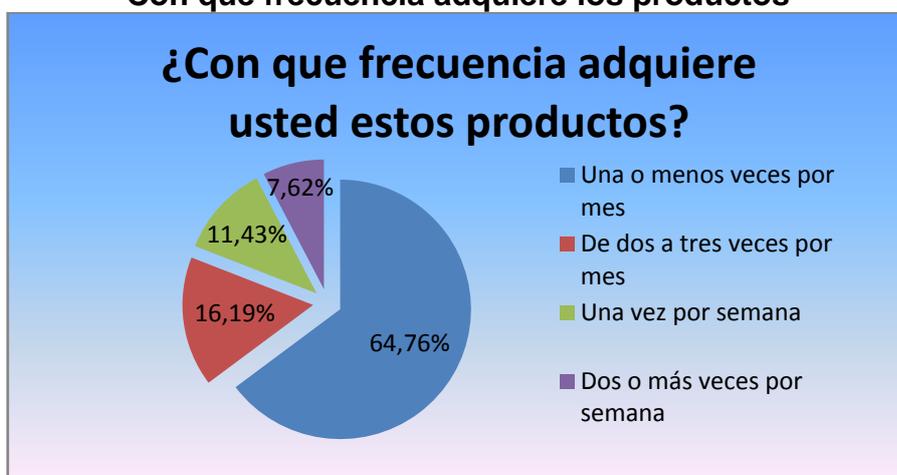
TABLA N° 5
Con que frecuencia adquiere los productos

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Una o menos veces por mes	68	64,76%
De dos a tres veces por mes	17	16,19%
Una vez por semana	12	11,43%
Dos o más veces por semana	8	7,62%
Resultado Total	105	100,00%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 5
Con que frecuencia adquiere los productos



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis:

La frecuencia con la que adquieren las personas estos productos es: el 64,76% de las personas encuestadas adquieren el producto por lo menos una vez al mes, el 16,19% afirman que adquieren los productos de dos a tres veces por mes, el 11,43% de los participantes manifiestan que consumen el producto una vez por semana, y el 7,62% expresan que adquieren los productos dos o más veces por semana.

Cuarta Pregunta: ¿De qué forma le gusta adquirir usted los productos?

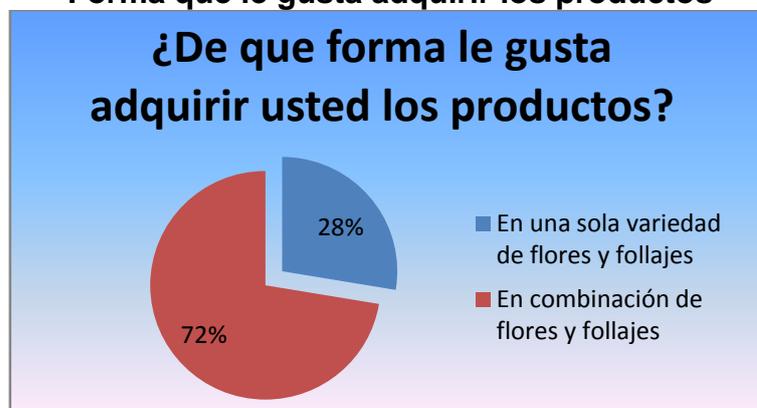
TABLA N° 6
Forma que le gusta adquirir los productos

FORMA	CANTIDAD	PORCENTAJE
En una sola variedad de flores y follajes	29	28%
En combinación de flores y follajes	76	72%
Resultado Total	105	100%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 6
Forma que le gusta adquirir los productos



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis:

El 72% de las personas les gusta adquirir los productos en combinación de flores y follajes, lo que garantiza el consumo de todas sus variedades y minimizando el desperdicio, y solo el 28% de los encuestados prefieren adquirir los productos en una sola variedad de flores o follajes.

Quinta Pregunta: ¿En qué lugares normalmente adquiere usted los productos?

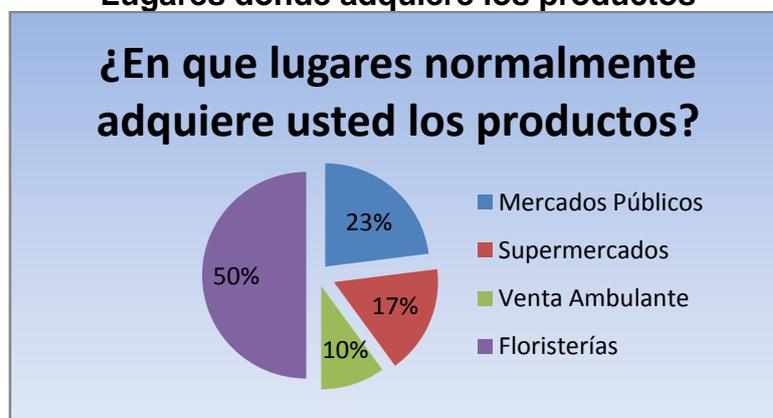
TABLA Nº 7
Lugares donde adquiere los productos

LUGAR	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mercados Públicos	24	23%
Supermercados	18	17%
Venta Ambulante	10	10%
Floristerías	53	50%
Resultado Total	105	100%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 7
Lugares donde adquiere los productos



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis: El 50% de los encuestados manifiestan que les gusta adquirir los productos en floristerías; el 23% dicen obtener los productos en los mercados públicos; y solo un 17% y 10% declaran que obtienen los productos en los supermercados y mediante venta ambulante.

Sexta Pregunta: ¿Conoce usted las variedades de flores ornamentales y follajes que existe en la ciudad?

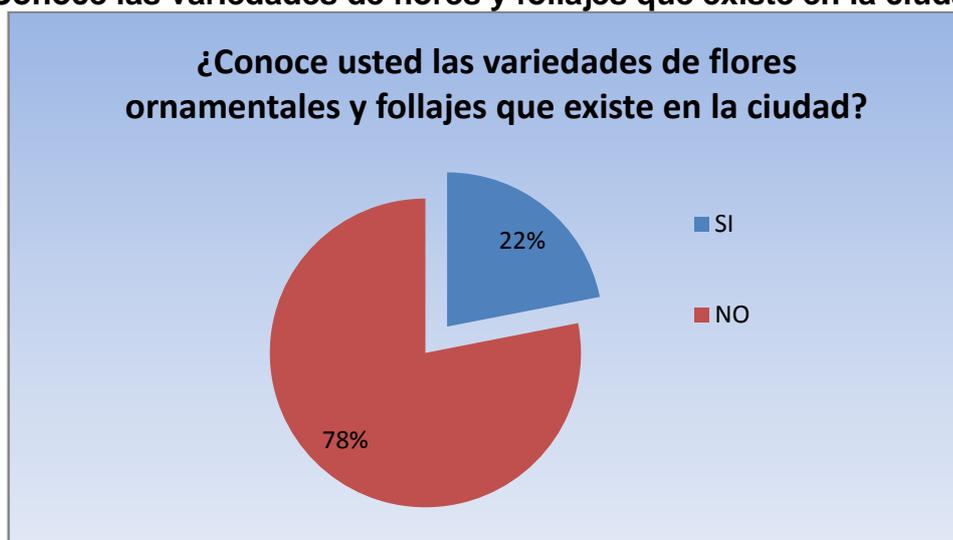
TABLA N° 8
Conoce las variedades de flores y follajes que existe en la ciudad

CONOCE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si,pase pregunta 7	23	22%
No,pase pregunta 8	82	78%
Resultado Total	105	100%

FUENTE: Investigación de Campo

LABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 8
Conoce las variedades de flores y follajes que existe en la ciudad



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis:

El 78% de los encuestados expresan su desconocimiento sobre las variedades de flores ornamentales y follajes que existe en la ciudad; mientras que tan solo el 22% de las personas dicen conocer las variedades del producto.

Séptima pregunta: ¿Señales las flores y follajes de su preferencia?

TABLA N° 9
Flores de su preferencia

PREFERENCIA	TOTAL POBLACION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Heliconias	23	21	91%
Maracas	23	21	91%
Gingers	23	23	100%
Musas	23	18	78%
Colgantes	23	18	78%
Ave del paraíso	23	17	74%
Anturios	23	17	74%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

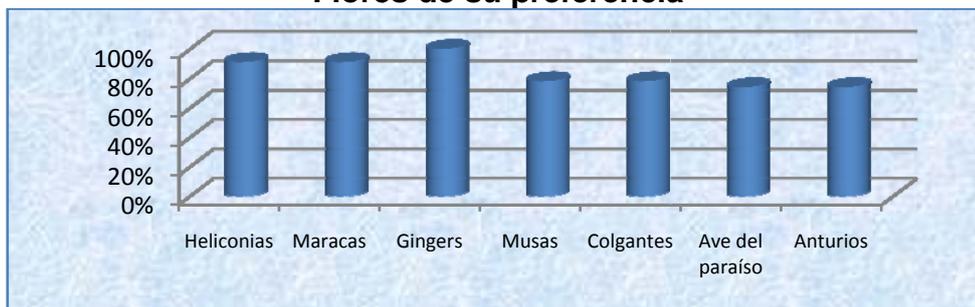
TABLA N° 10
Follajes de su preferencia

PREFERENCIA	TOTAL POBLACION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hoja Roja	23	21	91%
Hoja Verde	23	22	96%
Hoja Morada	23	22	96%
Choclera	23	21	91%
Mirto	23	23	100%
Pecoso	23	17	74%
Chiflera	23	19	83%
Canoa	23	15	65%
Pitufo	23	15	65%
Bandano	23	14	61%
Cinta Finita	23	13	57%

FUENTE: Investigación de Campo

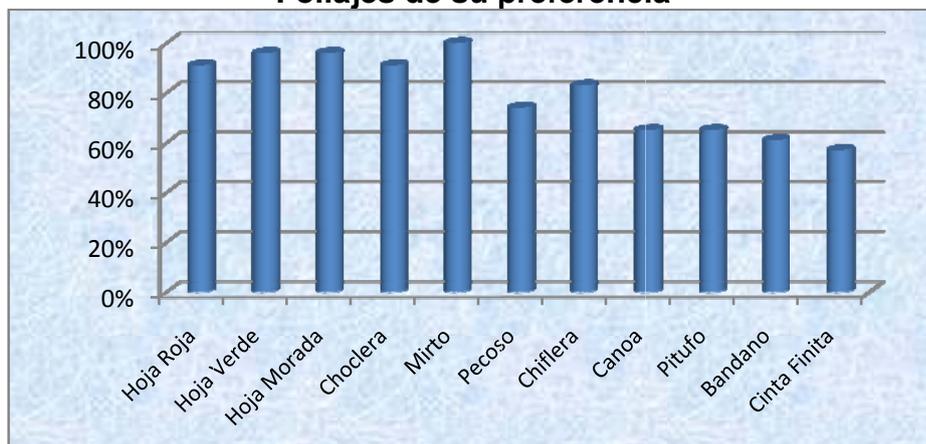
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 9
Flores de su preferencia



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 10
Follajes de su preferencia



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis:

FLORES

De las personas encuestadas que manifiestan conocer las variedades de flores y follajes que se producen en el recinto “La Asunción”, el 100% prefiere adquirir el Gingers siendo esta la flor de preferencia para los consumidores; la segunda

y tercera flor de preferencia son las Heliconias y las Maracas ocupando estas flores el 91% de la aceptación de los consumidores; El 78% manifiestan tener como flor preferida a las Musas, y colgantes, el 74% de entrevistados tienen afinidad por la flor Ave del Paraíso y Anturios.

FOLLAJES

De las personas encuestadas que manifiestan conocer los follajes que se producen en el recinto “La Asunción”, el 100% prefiere adquirir el mirto siendo este follaje la preferida para los consumidores, el segundo y tercer follaje de preferencia son la Hoja Verde y la Hoja Morada ocupando éstas el 96% de la aceptación de los consumidores; El 91% manifiestan tener como follaje preferida a la Hoja Roja y a las chocleras; el 83% de entrevistados tiene afinidad por el follaje llamado Chiflera; el 74% expresó su aceptación por el follaje Pecosó; el 65% de las personas señalaron su interés por los follajes Canoa y Pitufó y por último al 61% y 57% de los encuestados tienen al Bandano y a la Cinta Finita como follajes de su preferencia.

Octava Pregunta: ¿Conoce usted sí en la ciudad de Santo Domingo existe una empresa comercializadora de flores y follajes?

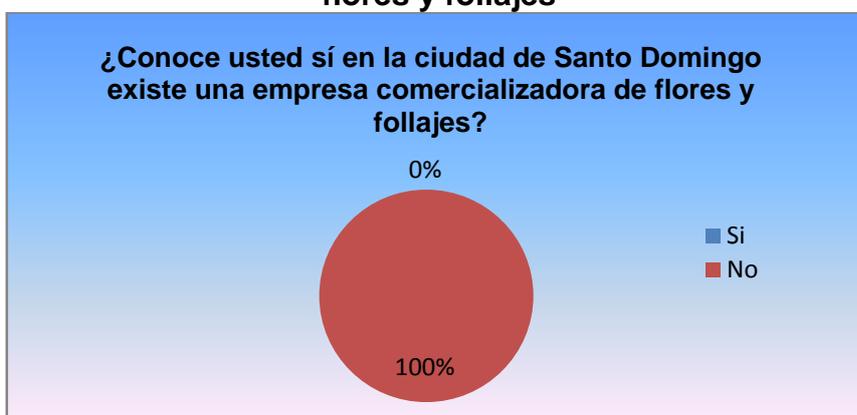
TABLA Nº 11
Conoce sí en Santo Domingo existe una empresa comercializadora de flores y follajes

CONOCE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	105	100%
Resultado Total	105	100%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 11
Conoce sí en Santo Domingo existe una empresa comercializadora de flores y follajes



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis:

El 100% de los encuestados manifiestan no conocer que exista en la ciudad de Santo Domingo una empresa comercializadora de flores y follajes; es importante señalar que parte de los entrevistados mencionan la existencia de fincas productoras que abastecen al mercado local.

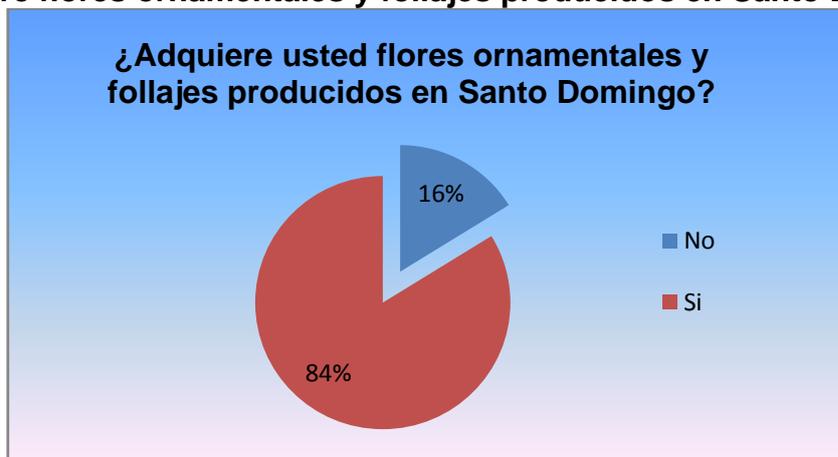
Novena pregunta: ¿Adquiere usted flores ornamentales y follajes producidos en Santo Domingo?

TABLA N° 12
Adquiere flores ornamentales y follajes producidos en Santo Domingo

ADQUIERE	CANTIDAD	PORCENTEJA
No	17	16%
Si	88	84%
Resultado Total	105	100%

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 12
Adquiere flores ornamentales y follajes producidos en Santo Domingo



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis:

El 84% de las personas encuestadas dicen adquirir las flores ornamentales y follajes producidos en Santo Domingo; mientras el 16% manifiesta que adquiere el producto proveniente de otras ciudades del país.

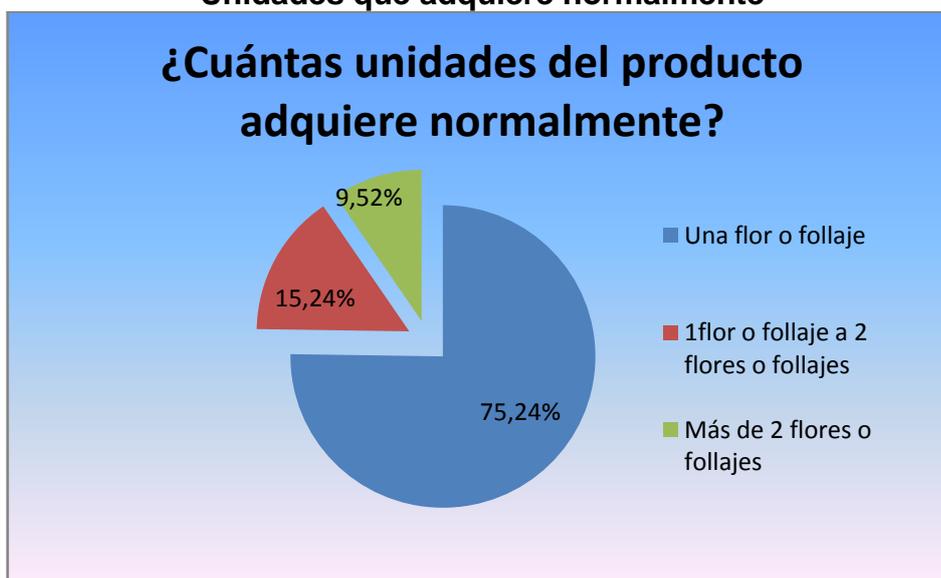
Décima pregunta: ¿Cuántas unidades del producto adquiere normalmente?

TABLA N° 13
Unidades que adquiere normalmente

UNIDADES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Una flor o follaje	79	75,24%
De 1 flor o follaje a 2 flores o follajes	16	15,24%
Más de dos flores o follajes	10	9,52%
TOTAL	105	100,00%

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 13
Unidades que adquiere normalmente



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis:

El 75,24% de los encuestados manifiestan adquirir una flor o follaje; el 15,24% de las personas dicen demandar de 1 flor o follaje a 2 flores o follajes; y solo el 9,52% compran más de 2 flores o follajes, cuyos demandantes en su mayoría son floristerías ubicadas en la Ciudad.

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FINCAS PRODUCTORAS DE FLORES Y FOLLAJES

Primera pregunta: ¿Cuántas unidades de producto produce por semana para abastecer al mercado de Santo Domingo?

TABLA Nº 14

FINCAS PRODUCTORAS DE FLORES (12 UNIDADES POR CAJA) EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILA

FLORES		FAMILIA CAMPOS	FINCA "LAS MERCEDEZ"	FAMILIA VILLALVA	FAMILIA QUIJIA	FAMILIA GUEVARA	FAMILIA BARRAGAN	OTRAS FINCAS
	Heliconias	270 CAJAS	81 CAJAS	351 CAJAS	270 CAJAS	216 CAJAS	54 CAJAS	486 CAJAS
	Maracas	108 CAJAS	54 CAJAS	216 CAJAS	135 CAJAS	81 CAJAS	54 CAJAS	405 CAJAS
	Ginger	270 CAJAS	81 CAJAS	405 CAJAS	324 CAJAS	216 CAJAS	108 CAJAS	540 CAJAS
	Musas	108 CAJAS	54 CAJAS	162 CAJAS	108 CAJAS	81 CAJAS	54 CAJAS	324 CAJAS
	Colgantes	81 CAJAS	27 CAJAS	108 CAJAS	108 CAJAS	54 CAJAS	27 CAJAS	270 CAJAS
	Ave del paraíso	81 CAJAS	27 CAJAS	108 CAJAS	81 CAJAS	27 CAJAS	0 CAJAS	216 CAJAS
	Anturios	54 CAJAS	0 CAJAS	81 CAJAS	81 CAJAS	81 CAJAS	27 CAJAS	189 CAJAS
TOTAL FLORES POR SEMANA	972 CAJAS	324 CAJAS	1.431 CAJAS	1.107 CAJAS	756 CAJAS	324 CAJAS	2.430 CAJAS	
TOTAL FLORES POR MES	3.888 CAJAS	1.296 CAJAS	5.724 CAJAS	4.428 CAJAS	3.024 CAJAS	1.296 CAJAS	9.720 CAJAS	
TOTAL FLORES POR AÑO	46.656 CAJAS	15.552 CAJAS	68.688 CAJAS	53.136 CAJAS	36.288 CAJAS	15.552 CAJAS	116.640 CAJAS	

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

TOTAL PRODUCCION DE FLORES AL MES

29.376

TOTAL PRODUCCION DE FLORES AL AÑO

352.512

TABLA Nº 15
FINCAS PRODUCTORAS DE FOLLAJES (12 UNIDADES POR CAJA) EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILA

		FAMILIA CAMPOS	FINCA "LAS MERCEDEZ"	FAMILIA VILLALVA	FAMILIA QUIJIA	FAMILIA GUEVARA	FAMILIA BARRAGAN	OTRAS FINCAS
FOLLAJES	Hoja Roja	351 CAJAS	162 CAJAS	459 CAJAS	405 CAJAS	324 CAJAS	135 CAJAS	675 CAJAS
	Hoja Verde	486 CAJAS	216 CAJAS	540 CAJAS	459 CAJAS	324 CAJAS	216 CAJAS	810 CAJAS
	Hoja Morada	594 CAJAS	324 CAJAS	756 CAJAS	675 CAJAS	540 CAJAS	270 CAJAS	945 CAJAS
	Choclera	540 CAJAS	270 CAJAS	675 CAJAS	621 CAJAS	540 CAJAS	270 CAJAS	810 CAJAS
	Mirto	270 CAJAS	108 CAJAS	351 CAJAS	270 CAJAS	216 CAJAS	162 CAJAS	540 CAJAS
	Pecoso	108 CAJAS	54 CAJAS	216 CAJAS	135 CAJAS	81 CAJAS	81 CAJAS	405 CAJAS
	Chiflera	81 CAJAS	54 CAJAS	162 CAJAS	108 CAJAS	81 CAJAS	54 CAJAS	405 CAJAS
	Canoa	54 CAJAS	27 CAJAS	135 CAJAS	81 CAJAS	27 CAJAS	27 CAJAS	270 CAJAS
	Pitufo	81 CAJAS	27 CAJAS	81 CAJAS	81 CAJAS	54 CAJAS	27 CAJAS	270 CAJAS
	Bandano	81 CAJAS	27 CAJAS	81 CAJAS	54 CAJAS	54 CAJAS	54 CAJAS	135 CAJAS
	Cinta Finita	108 CAJAS	54 CAJAS	135 CAJAS	108 CAJAS	81 CAJAS	54 CAJAS	135 CAJAS
TOTAL FOLLAJES POR SEMANA	2.754 CAJAS	1.323 CAJAS	3.591 CAJAS	2.997 CAJAS	2.322 CAJAS	1.350 CAJAS	5.400 CAJAS	
TOTAL FOLLAJES POR MES	11.016 CAJAS	5.292 CAJAS	14.364 CAJAS	11.988 CAJAS	9.288 CAJAS	5.400 CAJAS	21.600 CAJAS	
TOTAL FOLLAJES POR AÑO	132.192 CAJAS	63.504 CAJAS	172.368 CAJAS	143.856 CAJAS	111.456 CAJAS	64.800 CAJAS	259.200 CAJAS	

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

TOTAL PRODUCCION DE FOLLAJE AL MES

78.948

TOTAL PRODUCCION DE FOLLAJE AL AÑO

947.376

TABLA N° 16
Producción mensual y anual de flores y follajes

PRODUCCIÓN	FLORES Y FOLLAJES
TOTAL PRODUCCION POR MES	108.324 CAJAS
TOTAL PRODUCCION POR AÑO	1.299.888 CAJAS

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

3.5 Cuantificación de la demanda

“Se entiende por demanda a aquella cantidad de un determinado producto, bien o servicio que una población solicita o requiere a diferentes niveles de precios”.⁴

En el análisis de la demanda se pretende cuantificar el volumen de producción de flores ornamentales y follajes que el consumidor podría adquirir.

Tomando como información primaria, a aquella obtenida por la investigación de campo, para la que se realizó la aplicación de encuestas personalizadas con un total de 10 preguntas.

3.5.1 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda establecida en el presente estudio es muy favorable para lograr los objetivos del proyecto ya que en el mercado nacional las flores tropicales y follajes, son considerados como un producto nuevo y atractivo para los diferentes usos decorativos, ha presentado una buena acogida gracias a la variedad de las flores tropicales y follajes, una característica que les resalta del otro grupo de flores es que aportan con un toque exótico a los arreglos florales.

⁴ Econ. Edilberto MENESES, PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS, Pág. 10, Edición 2004.

Otro punto a favor de las flores tropicales, es que son más duraderas que los otros tipos de flores como las rosas y orquídeas, ya que luego de ser cortadas las flores tropicales pueden durar hasta 15 días en el florero, con una adecuada y permanente hidratación, es por esta razón que se estima mediante la proyección de la demanda que la aceptación del producto crecerá en márgenes razonables.

3.5.2 Perfil del consumidor del producto

Las flores y follajes producidas y comercializadas en Santo Domingo poseen un lugar destacado dentro de las preferencias del consumidor final, por su alta calidad, colorido, belleza, tamaño y variedad.

La variable de segmentación elegida son los valores y estilos de vida puesto que se ha identificado un sector de la población cuyas actividades, intereses y opiniones influye en su comportamiento de compra.

Las flores y follajes están orientadas a satisfacer las necesidades de arreglos florales a todo hombre o mujer de la ciudad de Santo Domingo del nivel socio económico, soltero(a), casado(a), divorciado(a), que trabaja o estudia, gusta de las flores, le agradan los ambientes naturales y le gusta expresar sus sentimientos, a través de regalar obsequios en fechas importantes como cumpleaños, aniversarios, etc.

La mayor demanda anual se registra en las fechas especiales determinadas por el calendario, en nuestro país las ocasiones especiales que marcan un ritmo comercial para las flores tropicales y los follajes son:

- a) El día de la madre
- b) El día del Amor y la Amistad
- c) El día de la mujer
- d) El día de los difuntos
- e) Navidad y fin del año

En la ciudad de Santo Domingo la demanda de las flores tropicales está determinada por ser un producto nuevo y atractivo para el consumidor final, el primer lugar en demanda de flores tropicales según las encuestas es Ginger, heliconias, Maracas, Musas, el Ave del Paraíso, colgantes y Anturios.

Los follajes preferidos que determinaron las encuestas son el mirto, la hoja verde, morada y roja, la Choclera, etc. Las floristerías usan más los follajes, ya que la flor tropical por ser especial es más costosa y esto eleva el costo al momento de elaborar un arreglo floral para el consumidor final.

Según el INEC la tasa de crecimiento poblacional anual de la ciudad es del 3.7% lo cual garantiza un aumento progresivo de la demanda.

Para realizar la proyección de la demanda de flores tropicales y follajes en la ciudad de Santo Domingo, se utilizó las siguientes variables.

TABLA N° 17
Variables para cuantificar la demanda

Población de clase media y alta, de acuerdo al Censo realizado por el INEC proyectado al 2009	199.592
% POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA	35,33%
Población a la cual está dirigido el estudio de factibilidad	70.516
Porcentaje obtenido de la encuesta realizada, que demanda el producto. (Porcentaje de aceptación)	70%
Total de la Población que acepta el producto	49.361
Taza de crecimiento anual según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 3,7%	3,70%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Para cuantificar la demanda se consideró la información obtenida del Internet de la página Web del INEC la cual muestra la población de la ciudad de Santo Domingo, tomando como base el último censo realizado en el año 2001, utilizando la Tasa de Crecimiento Anual de la ciudad que es del 3.70%, se realizó la proyección para el año 2009 dando un total de 383.830 habitantes. Con esta información se calculó la población económicamente activa correspondiente al 35.33% (según el censo) de la población total. Con este resultado sirvió para calcular el 52% correspondiente a las personas de clase media y alta, las cuales tienen mayor posibilidad de adquirir el producto y este resultado se multiplicó por el porcentaje de consumo del producto que lo obtuvimos de las encuestas realizadas, dando una demanda del 70% del total de encuestados.

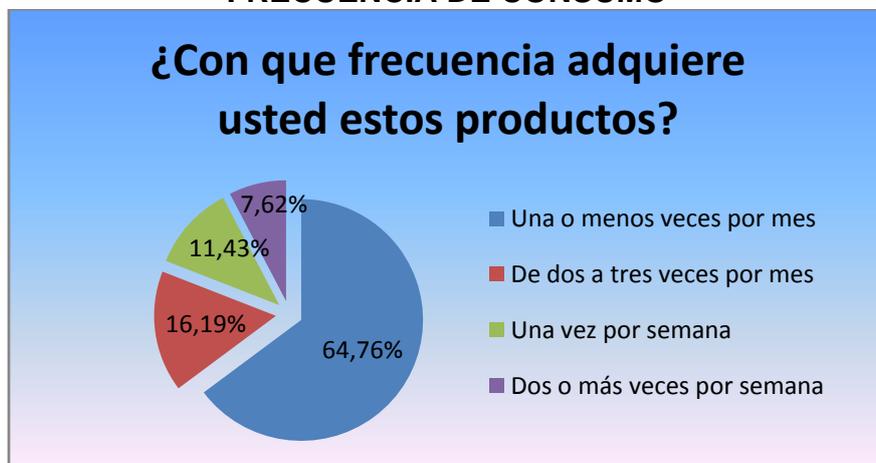
TABLA Nº 18
FRECUENCIA DE CONSUMO

FRECUENCIA DE CONSUMO	PONDERACION	POBLACION	FACTOR	NUMERO DE PERSONAS QUE CONSUMEN AL MES
Una o menos veces por mes	64,76%	31.966	1,00	31.966
De dos a tres veces por mes	16,19%	7.992	2,50	19.980
Una vez por semana	11,43%	5.642	4,00	22.568
Dos o más veces por semana	7,62%	3.761	8,00	30.088
Resultado Total	100,00%	49.361		104.602

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 14
FRECUENCIA DE CONSUMO



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Se determinó la frecuencia de consumo mediante el cálculo de la población que demanda el producto, el cual con los datos obtenidos de las encuestas sobre la cantidad de demanda, fue ponderado, y esta a su vez multiplicado por un factor que permite obtener el número de personas que consumen al mes.

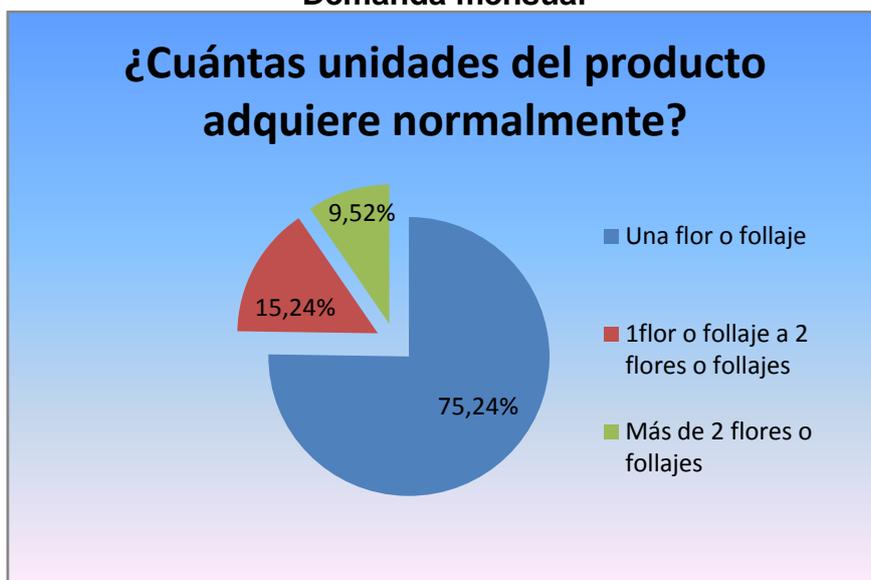
TABLA Nº 19
Demanda mensual

DEMANDA MENSUAL	PONDERACION	NUMERO DE PERSONAS QUE CONSUMEN AL MES	FACTOR	UNIDADES DEMANDADAS AL MES	CAJAS DEMANDADAS AL MES (12 UNIDADES POR CAJA)
Una flor o follaje	75,24%	78.703	1,00	78.703	6.559
1flor o follaje a 2 flores o follajes	15,24%	15.941	1,50	23.912	1.993
Más de 2 flores o follajes	9,52%	9.958	3,00	29.874	2.490
TOTAL	100,00%	104.602		132.489	11.042

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 15
Demanda mensual



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

La demanda mensual, está dada por las variables obtenidas en las encuestas, las cuales están ponderadas por el número de personas que consumen al mes; y éstas a su vez por un factor que ayuda a determinar las unidades y cajas demandadas mensualmente.

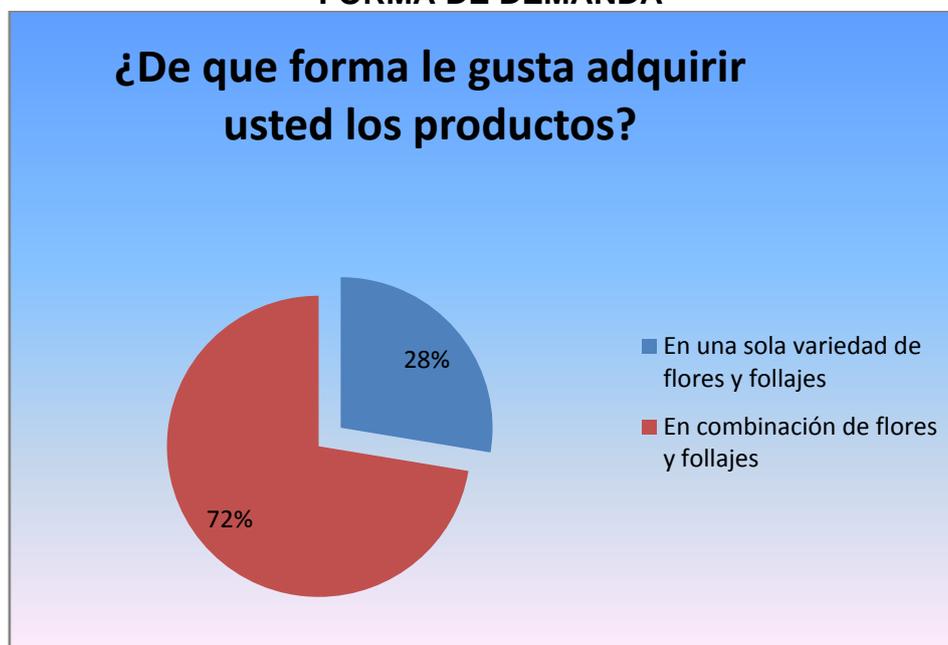
TABLA N° 20
FORMA DE DEMANDA

FORMA DE DEMANDA	PONDERACION	DEMANDA
En una sola variedad de flores y follajes	28%	3.050
En combinación de flores y follajes	72%	7.992
Resultado Total	100%	11.042

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 16
FORMA DE DEMANDA



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Análisis:

Mediante la investigación de campo, se realizó entrevistas personalizadas de la cual se obtuvo datos que reflejan la forma en la cual los demandantes prefieren adquirir el producto; un 72% de los encuestados manifestaron que prefieren obtener el producto en combinación de flores y follajes y un 28% lo consigue en una sola variedad de flores o follajes.

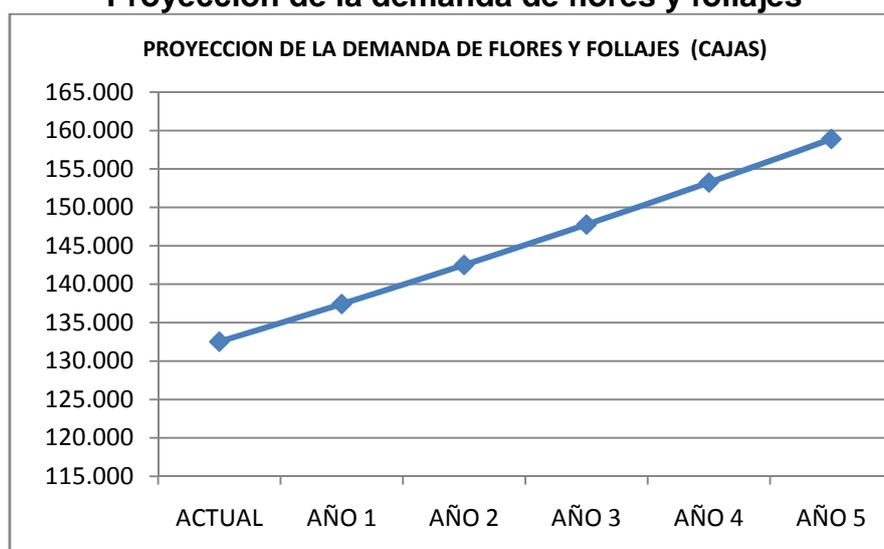
TABLA N° 21
Proyección de la demanda de flores y follajes

PROYECCION DE LA DEMANDA DE FLORES Y FOLLAJES EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILA (CAJAS)						
DETALLE	ACTUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA DE FLORES Y FOLLAJES ANUAL	132.504	137.407	142.491	147.763	153.230	158.900

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 17
Proyección de la demanda de flores y follajes



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

La demanda actual del producto es de 132.504 cajas de flores y follajes de acuerdo a los cálculos realizados tomando como base las encuestas; La proyección realizada demuestra un incremento progresivo de la demanda gracias a la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad la cual es del 3.7% anual (datos obtenidos INEC) y a clientes potenciales que en un futuro demandaran el producto.

Los datos proyectados demuestran que el quinto año se tendrá una demanda de 158.900 cajas de Flores y Follajes.

3.6 Cuantificación de la oferta

En la ciudad de Santo Domingo no existen empresas comercializadoras de Flores ornamentales y follajes que realicen el proceso de comercialización de forma organizada y técnica, pero si existe fincas productoras los cuales producen, y venden los productos en mercados de la ciudad y gran parte de la producción abastece a empresas de otras ciudades, ofertándose localmente productos de muy buena calidad pero que no tienen un sistema de comercialización establecido, con un plan de marketing, y correctas y flexibles estrategias de mercadeo aplicables en el transcurso del servicio dando como resultado una demanda insatisfecha.

3.6.1 Análisis de la oferta del producto

En la ciudad de Santo Domingo de acuerdo a la investigación de campo, utilizando entrevistas personalizadas, se pudo conocer que no existen empresas comercializadora de flores y follajes y solo abastecen al mercado local, las fincas productoras de flores y follajes, lo cual no representa una oferta real.

TABLA Nº 22
Fincas Productoras que ofrecen el producto

FINCAS
FAMILIA CAMPOS
FINCA "LAS MERCEDEZ"
FAMILIA VILLALVA
FAMILIA QUIJIA
FAMILIA GUEVARA
FAMILIA BARRAGAN
OTRAS FINCAS

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Mediante la investigación de campo se pudo conocer las principales productoras de flores y follajes ubicadas en la ciudad de Santo Domingo específicamente en el recinto "La Asunción" que se encuentra ubicada a 45 minutos del centro de la ciudad, esta zona se caracteriza por su gran producción que abastece al mercado local y también a otras ciudades del país.

3.6.2 Características de la oferta del producto

La ciudad de Santo Domingo se caracteriza por tener un clima tropical-húmedo siendo el más apropiado para la producción de flores y follajes. En el sector existen fincas encargadas del cultivo del producto, integrada en su mayoría por mano de obra familiar, estos agricultores se encargan de la siembra, fertilización, riego, limpiezas, deshierbes, etc., de toda el área de cultivo.

Por lo general la cosecha debe realizarse durante las horas del día en que la temperatura es más baja, preferiblemente de 6 a 9 de la mañana. El punto de corte depende del pedido del cliente, el producto para su transporte y comercialización es amarrado con piolas, envueltas en plástico o en cartones en grupos de 12 unidades. Las zonas de producción son de 3 a 10 hectáreas en las cuales dependiendo de la capacidad de las fincas estas pueden abastecer al mercado entre 700 a más de 3500 unidades por semana.

Parte de la producción es para abastecer al mercado local en un 35% y el 65% de las flores y follajes es vendida a empresas de otras provincias o comercializados en los mercados de otras ciudades.

3.6.3 Determinación de la oferta del producto

Para determinar la oferta es necesario entrevistar a los productores de la zona, con esta información pude estimar el volumen de producción para el mercado local. El siguiente cuadro muestra el volumen de producción para la Ciudad de Santo Domingo.

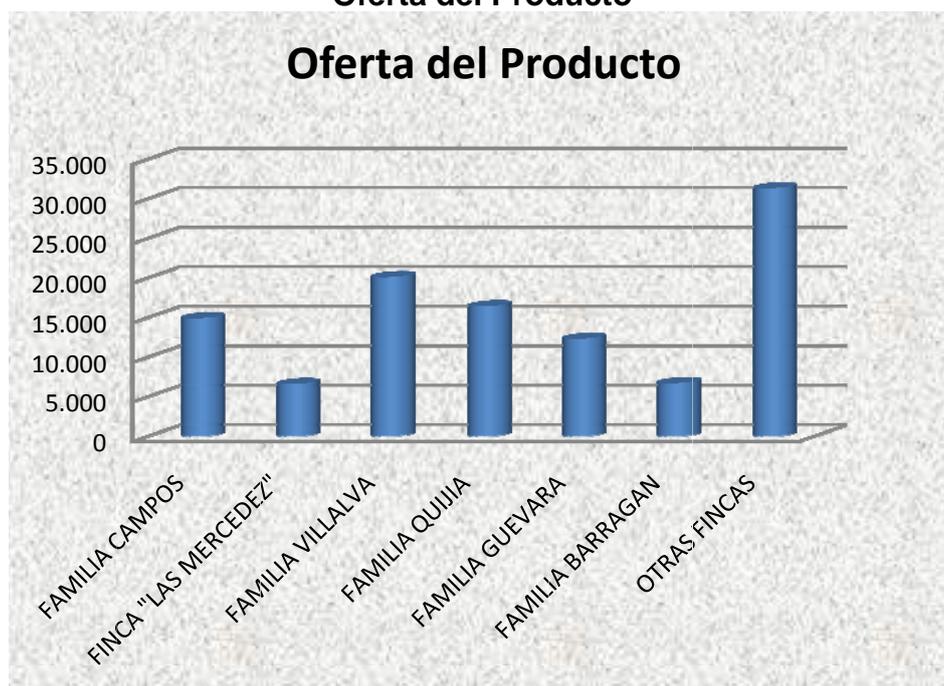
TABLA Nº 23
Oferta del Producto

FINCAS	PRODUCCION EN CAJAS	TASA DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA
FAMILIA CAMPOS	14.904	5,00%
FINCA "LAS MERCEDEZ"	6.588	2,00%
FAMILIA VILLALVA	20.088	6,00%
FAMILIA QUIJIA	16.416	6,00%
FAMILIA GUEVARA	12.312	4,00%
FAMILIA BARRAGAN	6.696	2,00%
OTRAS FINCAS	31.320	10,00%
TOTAL OFERTA MENSUAL	108.324	5,00%
TOTAL OFERTA ANUAL	1.299.888	

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 18
Oferta del Producto



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Los resultados de la investigación demuestran que la producción mensual es de 108.324 cajas y anualmente existe una producción de 1.299.888 cajas, siendo la familia Villalva la que tiene la mayor participación en el mercado con 20.088 cajas por mes, y con un total de 241.056 cajas al año.

En el mercado de Santo Domingo existen 7 oferentes del producto, éstos se destacan por tener un volumen de producción representativo, los cuales tienen una tasa de crecimiento promedio del 5% anual.

3.6.4 Proyección de la oferta del proyecto

Con los datos de producción anual obtenidos de cada finca productora se pudo establecer la proyección de la oferta como se indica a continuación:

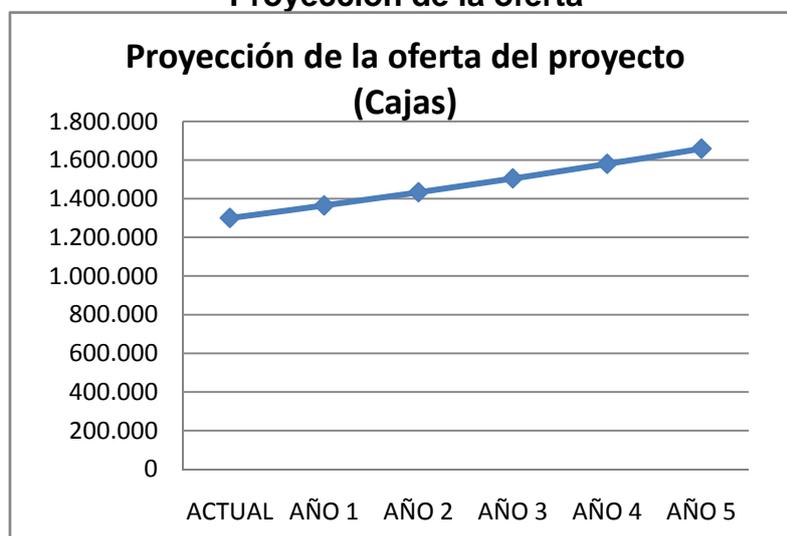
TABLA N° 24
Proyección de la oferta del proyecto (cajas)

AÑOS	OFERTA DE FLORES Y FOLLAJES
ACTUAL	1.299.888
AÑO 1	1.364.882
AÑO 2	1.433.127
AÑO 3	1.504.783
AÑO 4	1.580.022
AÑO 5	1.659.023

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 19
Proyección de la oferta



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Para realizar la proyección de la oferta se tomo en cuenta la información obtenida de las fincas productoras, también fue tomada la opción otras fincas que representan todas las demás productoras que tienen un menor volumen de producción.

El porcentaje de crecimiento anual se lo determinó de acuerdo al incremento de los ingresos anuales de cada finca productora en los últimos años, ya que estas no cuentan con registros contables que demuestren el volumen de producción históricos para cada finca.

3.7 Demanda Insatisfecha

Para obtener la demanda insatisfecha se establece la diferencia entre la oferta potencial y la demanda potencial, como lo demuestro a continuación:

TABLA Nº 25
Demanda Insatisfecha (Cajas)

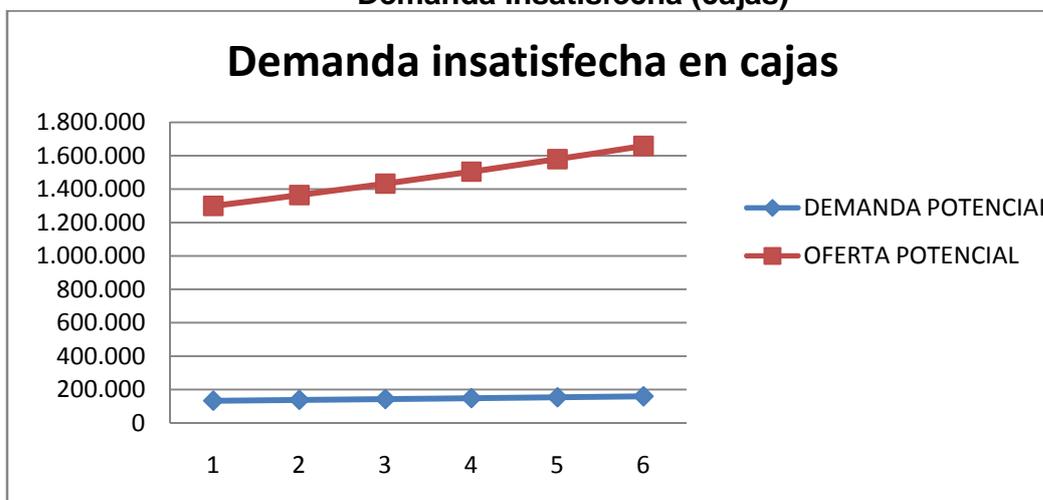
Año	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA	
			ANUAL	DIARIO
0	1.299.888	132.504	1.167.384	4.490
1	1.364.882	137.407	1.227.475	4.721
2	1.433.127	142.491	1.290.636	4.964
3	1.504.783	147.763	1.357.020	5.219
4	1.580.022	153.230	1.426.792	5.488
5	1.659.023	158.900	1.500.123	5.770

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

- Tasa de crecimiento de la demanda 3,70%
- Tasa de crecimiento de la oferta 5,00%
- Total de días que laboran al año 260

GRAFICO Nº 20
Demanda Insatisfecha (cajas)



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Los resultados de la investigación indican que existe una demanda insatisfecha y la creación de una empresa comercializadora de flores y follajes en la ciudad de Santo Domingo garantiza su factibilidad.

3.8 Oferta del Proyecto

La oferta del proyecto es el número de cajas de flores y follajes que la empresa “SAN JOSE” desea colocar en el mercado de Santo Domingo de los Tsáchilas.

En la actualidad no existe una empresa dedicada a esta labor, y su ejecución brindará una nueva alternativa de comercialización de flores y follajes, llevando así un beneficio al consumidor final, con un producto de primera calidad.

La adquisición de la materia prima es un recursos disponibles, ya que las flores y follajes serán adquiridas al por mayor, formando alianzas con los productores del recinto “LA ASUNCIÓN”, con aquellos que ofrezcan un mayor descuento y la más alta calidad, lo cual es un valor agregado al momento de la comercialización del producto.

El presente proyecto pretende captar un 9% de la demanda insatisfecha siendo para el primer año 110.473 cajas de 12 unidades, con un 27,12% de flores y un 72,88% de follajes, con una oferta diaria de 425 cajas, las cuales van a ser transportadas en una camioneta equipada con los implementos necesarios para garantizar que el producto conservar su frescura y calidad, para luego ser almacenadas y distribuidas al consumidor final.

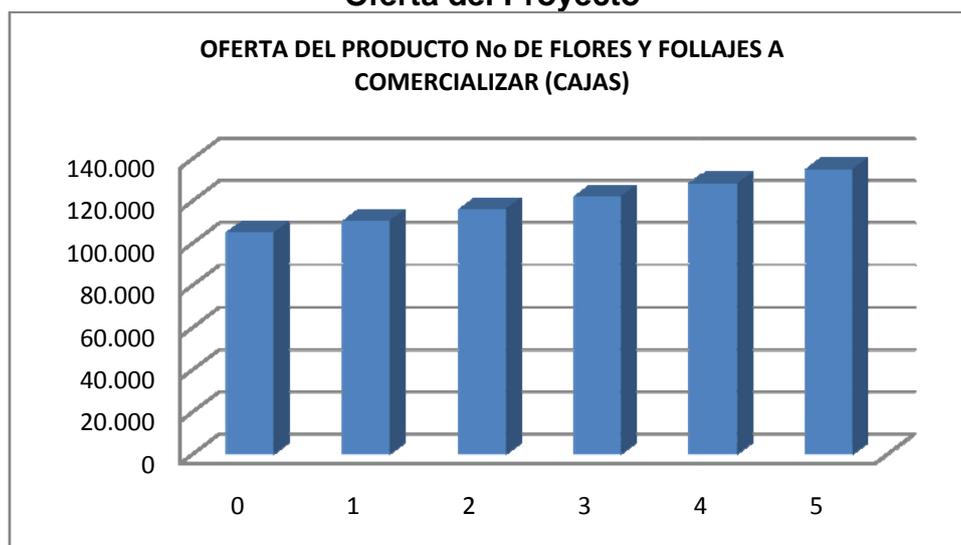
TABLA Nº 26
Oferta del Proyecto

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA		OFERTA DEL PRODUCTO No DE FLORES Y FOLLAJES A COMERCIALIZAR (CAJAS)	
	ANUAL	DIARIO	ANUAL	DIARIO
0	1.167.384	4.490	105.065	404
1	1.227.475	4.721	110.473	425
2	1.290.636	4.964	116.157	447
3	1.357.020	5.219	122.132	470
4	1.426.792	5.488	128.411	494
5	1.500.123	5.770	135.011	519

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 21
Oferta del Proyecto



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

TABLA Nº 27
Oferta del Proyecto

TIPO DE PRESENTACION DEL PRODUCTO	% CAJAS ADQUIRIDAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLORES						
Heliconias	3,87%	4.280	4.500	4.732	4.975	5.231
Maracas	3,87%	4.280	4.500	4.732	4.975	5.231
Ginger	3,87%	4.280	4.500	4.732	4.975	5.231
Musas	3,87%	4.280	4.500	4.732	4.975	5.231
Colgantes	3,87%	4.280	4.500	4.732	4.975	5.231
Ave del paraíso	3,87%	4.280	4.500	4.732	4.975	5.231
Anturios	3,87%	4.280	4.500	4.732	4.975	5.231
Total cajas de Flores (27,12%)	27,12%	29.960	31.502	33.122	34.825	36.615
FOLLAJES						
Hoja Roja	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Hoja Verde	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Hoja Morada	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Choclera	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Mirto	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Pecoso	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Chiflera	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Canoa	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Pitufo	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Bandano	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Cinta Finita	6,63%	7.319	7.696	8.092	8.508	8.945
Total cajas de Follajes (72,88%)	72,88%	80.513	84.655	89.010	93.586	98.396
TOTAL CAJAS ADQUIRIDAS EN EL AÑO	100,00%	110.473	116.157	122.132	128.411	135.011

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

3.9 Comercialización del bien o servicio

Las flores y follajes serán adquiridas de productores del Recinto “La Asunción” las cuales deben estar frescas, limpias, sin daño alguno, con una buena forma y color y con una longitud y rigidez correcta lo cual presenta un mayor valor comercial.

A menudo inicio el proceso de la comercialización con la adquisición de la materia prima, la cual será transportada a los lugares de almacenamiento (bodegas), con un espacio físico que permite la conservación adecuada del producto.

Por último se realiza el proceso de venta de las flores y follajes a los comerciantes minoristas ubicados en el mercado de la ciudad y a las floristerías, aplicando un descuento del 10% en relación al precio de sus proveedores, de esta forma pretendo abarcar de forma progresiva al mercado local.

La mayor demanda anual se registra en las fechas especiales determinadas por el calendario, en nuestro país las ocasiones especiales que marcan un ritmo comercial para flores tropicales y follajes diferentes al resto del año son: el día de la madre, el 14 de febrero, el día de difuntos, etc.

3.10. Marketing Mix

“La mezcla de marketing más conocida en la literatura actual, hace referencia a la combinación de cuatro variables o elementos básicos a considerar para la toma de decisiones en cuanto a la planeación de la estrategia de marketing en una empresa. Estos elementos son: producto, precio, plaza y promoción”.⁵

⁵ <http://www.monografias.com/trabajos12/markin/markin2.shtml>

3.10.1. Producto

Es el bien tangible o intangible que incorporado un valor, está destinado a satisfacer las necesidades de los clientes.

El bien que ofrecerá mi empresa comercializadora de flores y follajes, está destinado a satisfacer las necesidades de los clientes, con productos de primera calidad, mediante la aplicación de cuidados en el transporte, técnicas de venta, publicidad, etc. Los cuales detallamos a continuación:

Ave del paraíso

Nombre científico *Reginae strelitzia*, dentro de la clasificación botánica esta especie se encuentra en el mismo orden de las heliconiaceas, marantáceas y zingiberáceas, al igual que muchas flores tropicales.

Por su forma y colorido, presenta gran aceptación entre los clientes finales, la demanda de esta especie hasta el momento ha sido insatisfecha, debido a la gran dificultad de adaptabilidad en los medios a cultivarse y su bajo nivel de producción de flores al año.

GRAFICO Nº 22
Ave del paraíso



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Heliconias

Nombre científico *Heliconia* spp, son originarias del norte de América del Sur, y ahora se encuentran diseminadas por toda América Central y el Caribe.

Existen de 125 a 250 especies pertenecientes a este género de flores tropicales, pero no todas son comerciales. Para su cultivo y para el mercado se las clasifica en grandes, medianas y pequeñas y Heliconias Colgantes.

GRAFICO Nº 23
Heliconias Rectas



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 24
Heliconias Caribeña Lamarck



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Ginger

Planta nativa de Malasia, gracias a su singular belleza se han extendido su cultivo por casi todo el mundo. En Ecuador fue introducida tiempo atrás desde Costa Rica.

La Ginger Ornamental representa un gran grupo de plantas relacionadas con sus especies comestibles. Son muy utilizadas en jardines y en decoración de interiores. Esta flor tropical de la familia Zingiberácea posee buena adaptación a épocas lluviosas o secas.

GRAFICO N° 25
Ginger



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Maracas

Esta clasificación así determinada lleva un conocimiento del nombre común Maracas que se le otorga a otro integrante de las variedades del gingers, con singulares características que diferencia a unos de otros.

Dentro de las especies más comerciales se encuentran las maracas amarillas, Zingiber zerumbet ginger, las maracas rosadas, Zingiber Zerumbet “Hainan Pink” y las maracas verdes, Zingiber Zerumbet “Giant Shampoo” (Awapuhi).

GRAFICO N° 26
Maracas Shampoo Amarilla



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 27
Maracas Shampoo Rosada



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 28
Maracas Shampoo Verde



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Anturios

Son plantas herbáceas perennes, originarias del bosque lluvioso de Colombia, Ecuador y América Central. Lo que comercialmente se conoce como flor es en realidad una hoja modificada llamada Espata.

Dentro del género del *Anthurium* pertenecen mas de 700 especies siendo la mas conocida en el mercado por su demanda vs. Oferta los Anturios rojos.

GRAFICO N° 29
Anturios



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Colgantes

Estas exuberantes flores son uno de nuestros productos más llamativos. De mayor tamaño que las heliconias rectas, las colgantes producen un sentimiento

de fresca que cautivan la atención de quien le dirija la mirada.

GRAFICO Nº 30
Colgante



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Musas

Estas conocidas plantas son relacionadas con el fruto que algunas producen, pero la increíble belleza que reflejan sus colores la hacen además, una de las más bellas flores tropicales que existen.

GRAFICO Nº 31
Musas



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Follajes

No hay que desmerecer la presencia dentro de los arreglos florales a los follajes, todo proceso de venta de flores de cualquier estilo, contemplan como un elemento importante a las diferentes formas y colores que presentan los follajes y como esto les permite adaptarse a una presentación adecuada en el producto final.

Existe una gran gama de follajes en el mercado que van desde las Musáceas hasta Palmáceas, Aráceas, Euphorbiáceas, Araliáceas, Liliáceas y muchas otras familias y especies de hojas y ramas llamativas. Entre las más comercializadas en nuestro país, en especial en la Ciudad de Santo Domingo, están la hoja roja, verde y morada, la Cholera, el Mirto, el Pecosó, La Chiflera, la Canoa, el Pitufó, el Bandano, y la Cinta Finita.

GRAFICO Nº 21
Hoja Roja



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 21
Hoja Verde



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 21
Hoja Morada



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 21
Cholera



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 21
Mirto



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 21
Pecosó



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 21
Chiflera



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 21
Canoa



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 21
Pitufo



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 21
Bandano



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 2
Cinta Finita



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Razón Social

Es una empresa dedica a comercializar productos tangibles, siendo este muy atractivo debido a su variedad, tamaño, forma y colores, las mismas que son de

utilidad decorativa y ornamental, adecuadas para decoraciones en amplios espacios, como halls, restaurantes, auditorios, patios, lugares abiertos, etc.

La empresa lleva el nombre de:

“FLORES Y FOLLAJES”

Nombre

La empresa comercializadora de flores y follajes se identificará con un personaje bíblico cuyo nombre emana pureza, crea un ambiente de paz, y aflora los buenos sentimientos de las personas, el nombre establecido es el siguiente:

“SAN JOSE”

Logotipo

El logotipo está diseñado con la imagen de las flores y follajes a comercializar, la cual muestra toda su belleza y encanto natural, seguido del nombre y el slogan. El logotipo tiene los colores de fondo verde y rojo que representan los colores de la ciudad de Santo Domingo de donde se originan las flores y follajes.

GRAFICO Nº 43

Logotipo



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Slogan

El slogan está diseñado para dar a conocer la exuberante belleza de las flores y follajes, gracias a sus colores, tamaños y formas variadas dan un toque exótico a los arreglos florales.

El slogan es el siguiente:

“Creamos el ambiente perfecto, para hacer de su evento, un
acontecimiento inolvidable”

3.10.2. Precio

“Es el valor que el comprador da a cambio de la utilidad que recibe por la adquisición de un bien o servicio”.⁶

Los precios de las flores y follajes fluctuarán de acuerdo a la especie, variedad, época y condiciones de la oferta. Para el presente estudio es necesario realizar encuestas a las fincas productoras de flores y follajes de la ciudad de Santo Domingo, específicamente en el Recinto “La Asunción”, con el fin de conocer cual es el precio de venta establecido para los comerciantes minoristas y las floristerías, y de esta manera proponer una alternativa en el precio del producto mediante un descuento que me permita incursionar rápidamente en el mercado. Los precios de venta establecidos por las fincas productoras del Recinto “La Asunción” son los siguientes:

⁶ <http://www.monografias.com/trabajos7/mark/mark.shtml>

TABLA N° 28
Precio de flores

FLORES	Precio por caja
Heliconias	\$ 1,75
Maracas	\$ 1,50
Ginger	\$ 1,75
Musas	\$ 1,50
Colgantes	\$ 1,25
Ave del paraíso	\$ 1,00
Anturios	\$ 1,25

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

TABLA N° 29
Precio de follajes

FOLLAJES	Precio por caja
Hoja Roja	\$ 0,50
Hoja Verde	\$ 0,50
Hoja Morada	\$ 0,50
Choclera	\$ 0,50
Mirto	\$ 1,50
Pecoso	\$ 0,50
Chiflera	\$ 0,50
Canoa	\$ 0,50
Pitufo	\$ 0,50
Bandano	\$ 0,50
Cinta Finita	\$ 0,50

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Las flores que poseen un mayor precio de venta son las Heliconias y el Ginger debido a que estas flores son de gran aceptación en eventos y necesitan de un mayor cuidado del resto de flores, y con respecto al follaje el que tiene un mayor precio en el mercado es el mirto debido a ser un producto esencial para todo arreglo floral, el cual es el que genera mayores ingresos dentro del estudio del proyecto ya que su producción no implica muchos costos debido a que el clima de Santo Domingo es muy favorable para su producción y este tiene una gran demanda no solo en el mercado local sino también en otras ciudades del país.

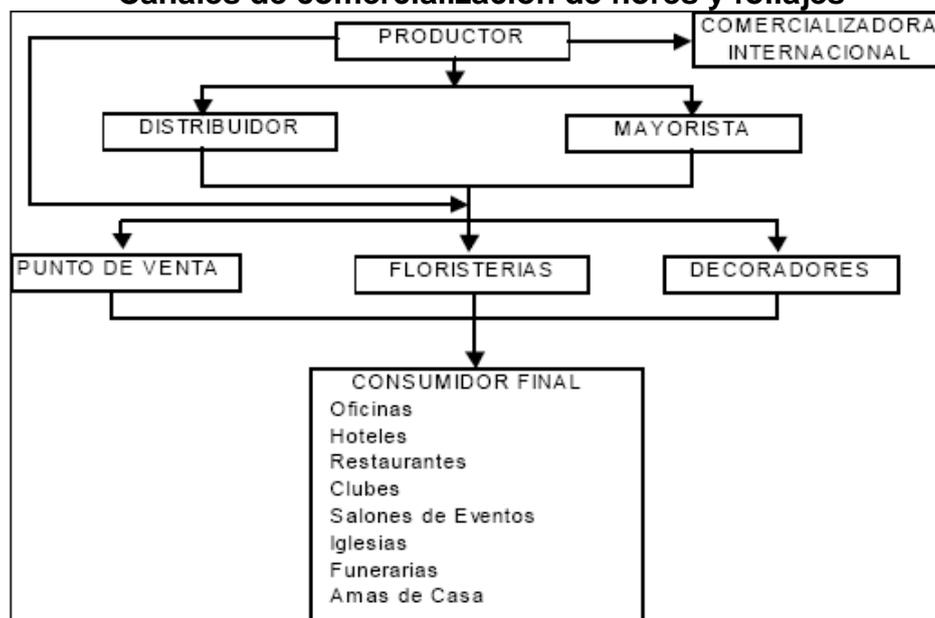
3.10.3. Plaza

“Un canal de distribución son un conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado desde la producción hasta el consumo”.⁷

⁷ <http://www.monografias.com/trabajos7/mark/mark.shtml>

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan bienes tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura)

GRAFICO Nº 44
Canales de comercialización de flores y follajes



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Para la distribución de las flores y follajes la empresa asume el papel de mayoristas al comprar las cajas (12 unidades) al por mayor a las finca productoras del Recinto “La Asunción.

Una vez adquirido el producto, este es almacenado en tres bodegas ubicadas en la ciudad de Santo Domingo para luego mediante pedidos vía telefónica, se transporta las cajas de flores y follajes hacia los comerciantes minoristas.

Los costos del transporte son asumidos por la empresa la cual es responsable de aplicar los cuidados necesarios para que el producto llegue en excelentes condiciones al consumidor final.

3.10.4. Promoción y publicidad

Como instrumento de marketing la promoción tiene como objetivo comunicar la existencia del producto, dar a conocer sus características, ventajas y necesidades que satisface.

Los medios de comunicación utilizados para dar a conocer las variedades de flores y follajes se detallan a continuación:

- Radio
- Prensa Escrita
- Volantes
- Televisión
- Página web
- Tarjetas de presentación
- Logotipo

3.10.4.1. La radio

La radio es un medio de difusión de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales, la cual brindará la oportunidad de alcanzar un mercado con un presupuesto mucho más bajo del que se necesita en otros medios.

TABLA Nº 30
Radio

GASTOS DE PUBLICIDAD			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO / U	COSTO ANUAL
Radio Majestad	48	10,00	480,00
TOTAL			480,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

La publicidad será transmitida por la radio Majestad los días sábados durante el medio día debido a su gran audiencia, generando un costo anual de 480,00 dólares.

3.10.4.2. Prensa Escrita

Las publicaciones en el diario la Hora serán publicadas quincenalmente por el lapso de un año, según el siguiente modelo:

GRAFICO Nº 45 Prensa Escrita

	<p><i>FLORES Y FOLLAJES</i> <i>"SAN JOSE"</i> <i>Ing. José Luis Holguín</i> GERENTE GENERAL</p>
<p>Ofrece flores y follajes de todo tipo:</p>	
<p>FLORES:</p>	
<p>Heliconias, Maracas, Gingers, Musas, Colgantes, Ave de paraíso, Anturios</p>	
<p>FOLLAJES</p>	
<p>Hoja roja, verde y morada, Choclera, Mirto, Pecoso, Chiflera, Canoa, Pitufu, Bandano, Cinta finita</p>	
<p><i>Atención personalizada</i> <i>SERVICIO A DOMICILIO</i> <i>TÉLS: 022757970 / 086481106</i> <i>www.floresufollaiaessaniose.com</i></p>	

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

TABLA Nº 31 Prensa Escrita

GASTOS DE PUBLICIDAD			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO / U	COSTO ANUAL
Diario la Hora	24	15,00	360,00
TOTAL			360,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El diario la hora es un medio de gran prestigio a nivel nacional, que permitirá dar a conocer las variedades de flores y follajes a comercializar, con un costo de 360,00 dólares al año.

3.10.4.3. Volantes

Los volante son una alternativa económica de hacer publicidad, mediante este medio se busca comunicar de un modo claro y directo la oferta de flores y follajes en la ciudad de Santo Domingo.

GRAFICO Nº 46
Volantes

Flores y Follajes
"SAN JOSE"

Ofrece flores y follajes de todo tipo:

FLORES:

- Heliconias
- Maracas
- Gingers
- Musas
- Colgantes
- Ave de paraíso
- Anturios

FOLLAJES

- Hoja roja, verde y morada
- Choclera
- Mirto
- Pecoso
- Chiflera
- Canoa
- Pitufo
- Bandano
- Cinta finita

Atención personalizada
SERVICIO A DOMICILIO
TELS: 022757970 / 086481106
www.floresyfollajessanjose.com

3 DIRECCIONES
Calle Galápagos y Cuenca
Avenida Abrahán Calazacón y Santa Rosa
Las Palmeras calle Tupac Yupanqui

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

TABLA Nº 32
Volantes

GASTOS DE PUBLICIDAD			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO / U	COSTO ANUAL
Volantes	2000	0,05	100,00
TOTAL			100,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

3.10.4.4. Televisión

La publicidad por televisión se realizará dos veces al mes los días domingos durante la tarde, debido al alto rating de sintonía, lo que generará un costo de 360,00 dólares al año.

TABLA Nº 33
Televisión

GASTOS DE PUBLICIDAD			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO / U	COSTO ANUAL
TV ZARACAY	24	15,00	360,00
TOTAL			360,00

FUENTE: Investigación de Campo

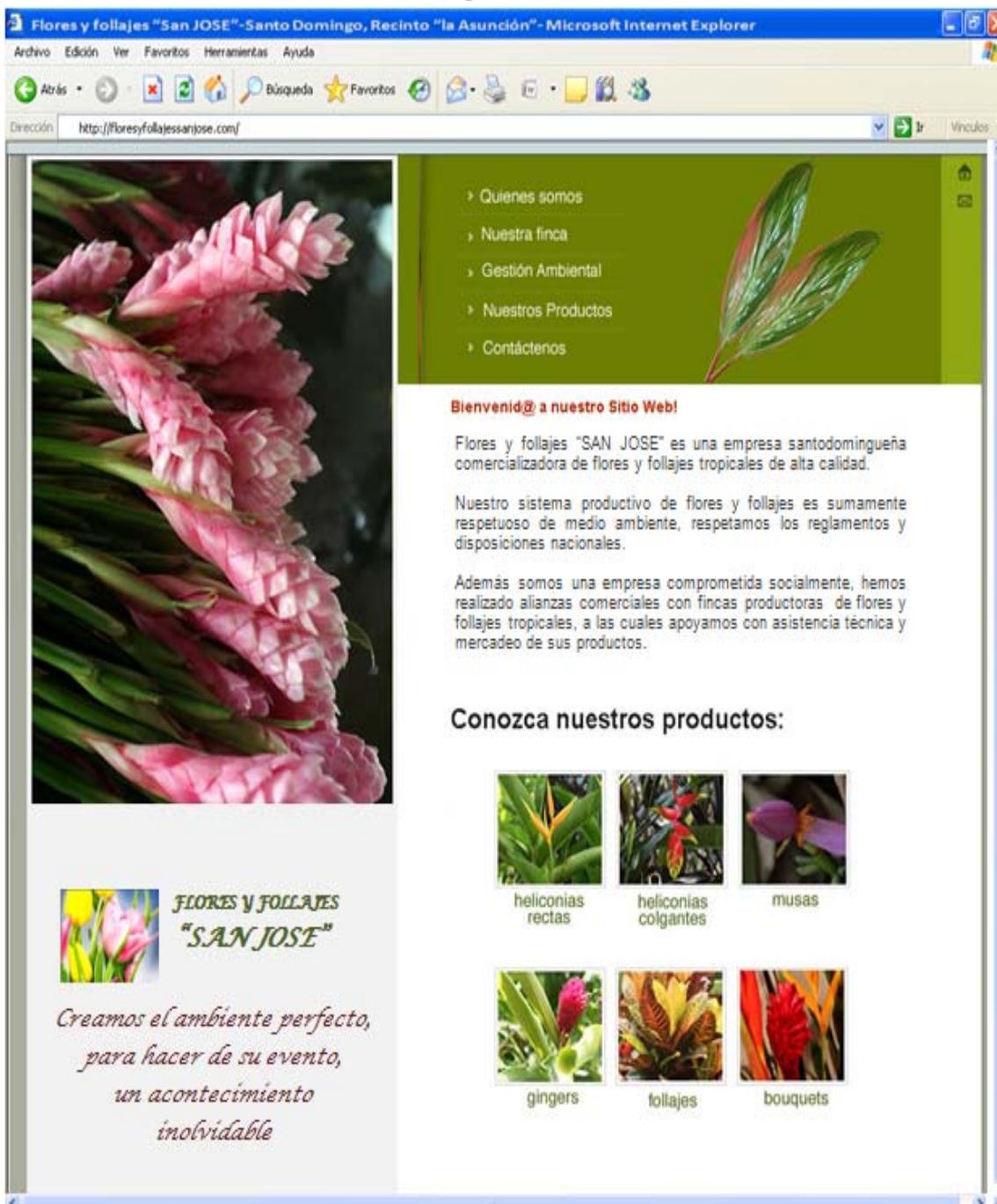
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

3.10.4.5. Página web

La página web es un sistema moderno de publicidad, es un medio muy amplio que permitirá dar a conocer mediante ilustraciones graficas las flores y follajes que comercializará la empresa "SAN JOSE".

GRAFICO Nº 47

Página web



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Este sistema de comunicación reflejará la misión y visión de la empresa, detallará las características de cada una de las flores y follajes, sus orígenes, canales de comercialización y facilitará los números telefónicos para pedidos a domicilio.

TABLA N° 34
Página web

GASTOS DE PUBLICIDAD			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO / U	COSTO ANUAL
Página Web	1	400,00	400,00
TOTAL			400,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

3.10.4.6. Tarjetas de presentación

Las tarjetas de presentación cumplirán un rol fundamental en la comercialización de flores y follajes, ya que permitirán darle al cliente una impresión de seriedad, eficiencia, originalidad y desarrollarán de mejor manera las relaciones públicas entre la empresa comercializadora de flores y follaje "SAN JOSE" y los mercados minoristas junto con las floristerías de la ciudad.

GRAFICO N° 48
Tarjetas de presentación



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

TABLA Nº 35
Tarjetas de presentación

GASTOS DE PUBLICIDAD			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO / U	COSTO ANUAL
Tarjeta de presentación	1000	0,11	110,00
TOTAL			110,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Se mandará a elaborar 1.000 unidades, diseñadas con cubierta de plástico y a color, lo que generará un costo anual de 110,00 dólares.

3.10.4.7. Logotipo

El logotipo ya establecido anteriormente será impregnado en cada caja de cartón corrugado, el cual sirve para empacar las flores y follajes, otorgándole una identidad a la empresa que permita posicionarse en la mente del consumidor. Ver anexo 8

TABLA Nº 36
LOGOTIPO

GASTOS DE PUBLICIDAD			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO / U	COSTO ANUAL
LOGOTIPO	110.473	0,014	1.546,62
TOTAL			1.546,62

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Establecer el logotipo generará un costo anual de 1.546,62 dólares, ya que para el primer año es necesario 110.473 cajas de cartón con un costo unitario de 0,014 dólares.

CAPITULO IV

ESTUDIO TECNICO

4.1. Tamaño del proyecto

Mediante el estudio de mercado realizado para llevar a cabo la creación de una empresa comercializadora de flores y follajes en la ciudad de Santo Domingo se determinó que existe un 70% de la población económicamente activa de clase media y alta que adquiere el producto, con un total de 49.361 consumidores, obteniendo mediante las encuestas, que existe una demanda insatisfecha de 1.227.475 cajas entre flores y follajes para el primer año y una demanda insatisfecha diaria de 4.721 cajas.

Para poner en marcha el proyecto es necesario adquirir las flores y follajes al por mayor, con lo cual se busca obtener un descuento que permita comercializar el producto, obteniendo como resultado ingresos económicos que garantice la permanencia de la empresa en el mercado.

Para esto es necesario tener proveedores que nos ofrezcan un producto de excelente calidad y al mejor precio, para lo cual se ha elegido a tres fincas productoras del recinto "La Asunción", cuyo sector se caracteriza por producir flores y follajes de gran aceptación en el mercado.

Las fincas productoras elegidas para proveer a la empresa del producto son:

- Familia Guevara
- Familia Quijia
- Familia Campos

Dichas fincas productoras ofrecen el producto al por mayor con un descuento del 45% siempre y cuando se adquiera por lo menos 50 cajas diarias por finca, para lo cual de acuerdo al estudio de mercado se van a comercializar 425 cajas diarias, entonces si se podrá obtener el descuento establecido.

Una vez obtenido el producto se lo empacará y se establecerá un logotipo que identifica a la empresa comercializadora de flores y follajes con el nombre de “SAN JOSÉ” implementando técnica de comercialización, cuidados en el transporte, aplicando normas de calidad que permita llevar al consumidor un producto de calidad.

4.1.1. Factores del tamaño del proyecto

- **El Mercado**

El tamaño del proyecto se lo encuentra en el estudio de mercado que esta dado por la demanda insatisfecha, siendo este, el factor determinado con el cual mediante la aplicación de técnicas de comercialización se pretende alcanzar un aumento en la oferta del 9% perteneciente a la demanda insatisfecha siendo este el porcentaje con el que se inicia la oferta del proyecto.

TABLA N° 37
OFERTA DEL PRODUCTO

OFERTA DEL PRODUCTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Total cajas de Flores (27,12%)	29.960	31.502	33.122	34.825	36.615
Total cajas de Follajes (72,88%)	80.513	84.655	89.010	93.586	98.396
TOTAL OFERTA	110.473	116.157	122.132	128.411	135.011

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

De acuerdo al estudio de mercado se pretende comercializar 110.473 cajas para el primer año siendo el 27,12% de flores con un total de 29.960 cajas y 72,88% de follajes con 80.513 cajas.

- **Las Materias Primas**

En cuanto a la materia prima se lo determina en relación desde el área de producción hasta el centro de distribución interviniendo así factores de tiempo, transporte, canales de distribución y distancia.

- **La Tecnología y Equipos**

La tecnología necesaria para el proceso de comercialización de Flores tropicales y follajes se da mediante la utilización de empaques que permita la conservación del producto evitando su deterioro, ocasionado por las altas temperatura y el transporte.

- **Financiamiento**

Para llevar a cabo la ejecución de la empresa, se lo puede realizar por financiamiento propio y/o bancario. En este caso se elige un financiamiento propio ya que la inversión del proyecto no es muy elevada debido a que no interviene en la empresa un proceso productivo, pero si existe un proceso de comercialización, costos del transporte, técnica de venta, y la aplicación de las 4 P's del marketing.

4.2 Localización del Proyecto

Para la localización del proyecto es importante tomar en cuenta la cercanía del mercado consumidor, costos de arriendo de las bodegas, mano de obra y transporte, a su vez se debe caracterizar por ser un sector comercial, lo cual permita desarrollar con normalidad las actividades de la empresa.

4.2.1 Macro Localización

ESPECIFICACIONES DE MACRO- LOCALIZACIÓN

País: Ecuador

Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas

Cantón: Santo Domingo

**GRAFICO Nº 49
MACRO-LOCALIZACIÓN**



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Cuenta con una población aproximada de 383.830 habitantes según los datos del INEC para el 2009 con una tasa anual de crecimiento de 3,7%. La zona urbana asienta el 70% de la población, y la zona rural 30%. Es una de las ciudades más prósperas y de mayor crecimiento poblacional del país.

Clima: Se encuentra en una zona de clima Trópico Húmedo, a una altura de 655 msnm, teniendo una temperatura que fluctúa entre 18°C. y 26°C.

La Empresa comercializadora “SAN JOSE”. Estará ubicada en el Ecuador, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, cantón Santo Domingo.

4.2.2 Micro Localización

La micro localización es el espacio físico donde se desarrollará el proyecto el cual debe contar con distintos factores que permitan la conservación idónea de los productos, analizando costos de bodegas y estableciendo las distancia al mercado consumidor, lo cual permita una comercialización de las flores y follajes de forma rentable.

Factores:

- Costo de bodegas (3 bodegas)
- Vías de acceso
- Mano de obra
- Energía eléctrica
- Agua
- Materia prima disponible
- Cercanía al mercado consumidor
- Costos del transporte

Sectorización:

Para lograr obtener el lugar adecuado donde se llevará a cabo el proyecto es necesario establecer varios sectores que cumplan con una serie de factores que garanticen productos de excelente calidad y al menor costo de comercialización.

Los tres sectores que obtengan una mejor calificación serán las idóneas para el abastecimiento, transporte y distribución de las flores y follajes.

TABLA N° 38
SECTORES

SECTORES	SIMBOLOGIA
Las Palmeras manzana 1 calle Túpac Yupanqui	A
Avenida Abrahán Calazacón y Santa Rosa	B
Avenida la Paz y Santa Rosa	C
Calle Galápagos y Cuenca	D
Vía Quito y Ambato	E

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Los sectores establecidos son los que cumplen con la mayor parte de los factores antes mencionados, a los cuales previa una calificación se establecerá una ponderación para elegir los tres sectores más propicios para la comercialización de flores y follajes.

TABLA N° 39
Ponderación

PONDERACIÓN	
PONDERACION	CALIFICACION
1	PESIMO
2	MALO
3	REGULAR
4	BUENO
5	OPTIMO

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

TABLA N° 40
FACTORES

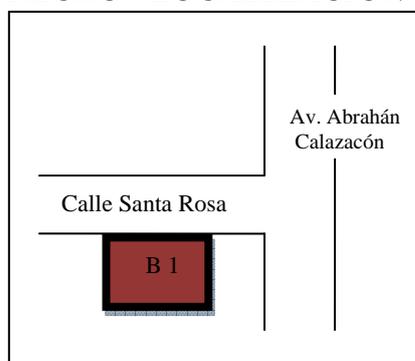
SECTORES											
FACTORES	Peso %	A		B		C		D		E	
		calif	pond	calif	pond	calif	pond	calif	pond	calif	pond
Costo de bodegas (3bodegas)	23%	5	1,15	5	1,15	3	0,69	3	0,69	3	0,69
Vías de acceso	7%	4	0,28	5	0,35	4	0,28	5	0,35	4	0,28
Mano de obra	8%	4	0,32	4	0,32	3	0,24	4	0,32	4	0,32
Energía eléctrica	3%	5	0,15	5	0,15	4	0,12	5	0,15	5	0,15
Agua	11%	5	0,55	5	0,55	4	0,44	5	0,55	4	0,44
Materia prima disponible	13%	5	0,65	4	0,52	2	0,26	4	0,52	3	0,39
Cercanía al mercado consumidor	15%	4	0,6	3	0,45	4	0,6	5	0,75	3	0,45
Costos del transporte	20%	5	1	4	0,8	3	0,6	5	1	3	0,6
TOTAL	100%	37	4,7	35	4,29	27	3,23	36	4,33	29	3,32

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Los sectores más propicios para generar el proceso de comercialización están ubicados en Las Palmeras manzana 1 calle Túpac Yupanqui, en la Avenida Abrahán Calazacón y Santa Rosa y en la Calle Galápagos y Cuenca, los cuales tienen las mejores calificaciones de acuerdo a los factores establecidos.

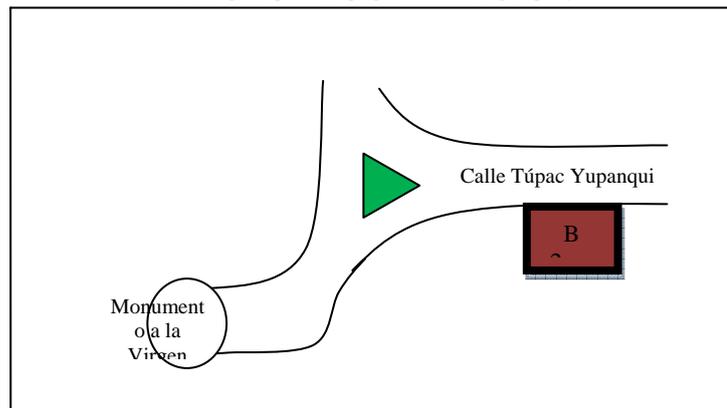
GRAFICO N° 50
MICRO - LOCALIZACIÓN



FUENTE: Investigación de Campo

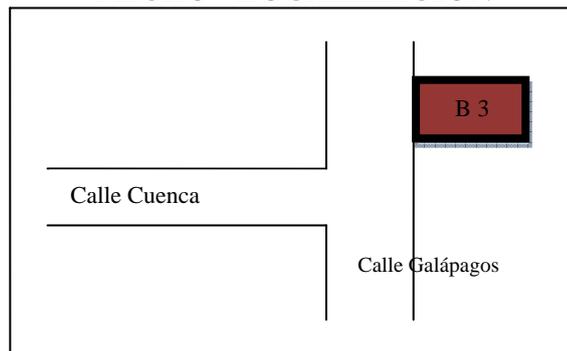
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 51
MICRO - LOCALIZACIÓN



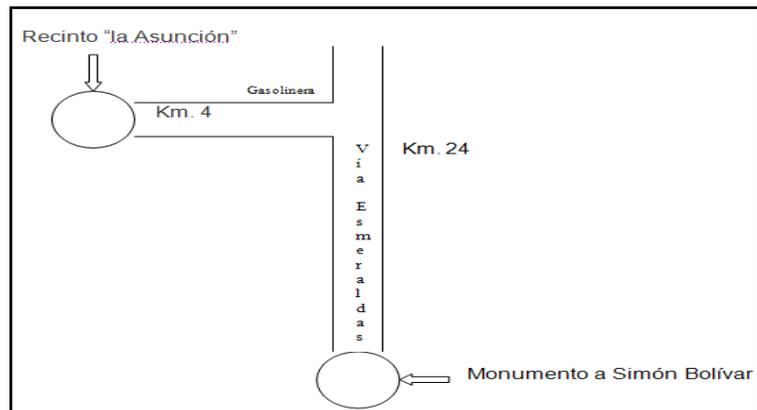
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 52
MICRO - LOCALIZACIÓN



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO Nº 53
LOCALIZACIÓN DEL RECINTO “LA ASUNCIÓN”



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

La oficina administrativa funcionará en la bodega ubicada en la Av. Abrahán Calazacón y calle Santa Rosa, lugar en el cual el Gerente General atenderá las llamadas telefónicas para los pedidos a domicilio, realizará el control de adquisición y venta de cajas de flores y follajes a floristerías y mercados, y recibirá los ingresos por ventas diarias por parte de los vendedores.

4.2.2.1 Factores que determinan la micro-localización del proyecto

Costo de bodegas (3 bodegas)

Mediante la investigación de campo se obtuvo información sobre tres bodegas que poseían el espacio físico apropiado para conservar las flores y follajes en su estado natural y al menor costo.

Vías de acceso

Las bodegas cuentan con vías de primer orden que facilita la transportación y almacenamiento del producto y garantizando que este llegue en buenas condiciones al consumidor final.

Mano de obra

La ciudad de Santo Domingo cuenta con mano de obra calificada para desempeñarse en el área gerencial, de transporte, ventas, y labores contables.

Energía eléctrica

Las tres bodegas poseen energía eléctrica permanente la cual no representa gastos administrativos elevados ya que estas son solo para el almacenamiento de las flores y follajes.

Agua

Cada bodega cuenta con el servicio de agua potable, siendo esta necesaria para la limpieza del área de almacenamiento así como también ayudará a la conservación de las flores y follajes.

Materia prima disponible

La materia prima disponible es fácil de adquirir ya que las bodegas se encuentran poco distantes del Recinto “La Asunción” lugar en el cual se encuentran los proveedores, y las vías facilitan la trasportación del producto, reduciendo los costos del transporte y distribución desde el Recinto al centro de almacenamiento y a los distintos mercados y floristerías de la ciudad.

Cercanía al mercado consumidor

Las tres bodegas se encuentran cercanas al mercado consumidor, optimizando tiempo, distancia y minimizando los costos por transporte.

Costos del transporte

Los Costos por el transporte no son muy representativos ya que las vías son de primer orden y existe poca distancia desde los proveedores hasta las bodegas y por último a los mercados de la ciudad, lo que permite que el producto llegue en buen estado al consumidor final.

4.3 Ingeniería del Proyecto

a) Proceso de comercialización.

El proceso de comercialización se divide en tres etapas:

- **Adquisición de la materia prima**

Para poner en marcha el proceso de comercialización es necesario adquirir las flores y follajes al por mayor y con un descuento que permita obtener ingresos por la venta del producto.

Es por esta razón que se ha escogido como proveedores a las finca productoras ubicadas en el recinto “La Asunción” ya que el sector se caracteriza por producir flores y follajes de excelente calidad.

Específicamente se ha escogido a las fincas de la familia Guevara, de la familia Quijia y de familia Campos ya que cada una ofrece un descuento del 45% por la compra diaria de por lo menos de 50 cajas, el producto es adquirido en cajas de cartón corrugado con dimensiones de 50 cm de ancho por 1,50 m de largo, que incluyen papel picado y sujetadores, para prevenir daños por temperatura y transporte, ya que los productos son muy sensibles, adicionalmente se establece un logotipo en cada empaque que identifica a empresa, dicho costo son asumido por la empresa.

Las vías de acceso al recinto son de primer orden siendo esta la vía Esmeraldas, solo un pequeño trayecto en la entrada al recinto son vías de segundo orden la cual no incide en los más mínimo en el estado del producto al momento de su transporte.

Para la ejecución del proyecto mediante el estudio de mercado se ha determinado realizar la compra de 425 cajas de 12 unidades durante el día con un total de 110.473 cajas por año, perteneciente al 9% de la demanda insatisfecha, mismas que serán transportadas desde el recinto hasta los lugares de almacenamiento, específicamente se cuenta con tres bodegas las cuales cada una puede abastecer por lo menos 280 cajas, con los cuidados necesarios para su conservación.

El transporte se realizara en camioneta adquirida con recursos propios, siendo esta parte de la inversión para llevar a cabo el proyecto, y el consumo diario de gasolina, aceite y gastos de mantenimiento no son muy elevados ya que la distancia desde el recinto hasta las distintas bodegas varia entres 30km a 35km lo cual no representa un desgaste progresivo del bien

- **Almacenamiento**

Las tres bodegas son los lugares de almacenamiento de los productos los cuales cuenta con el espacio físico necesario para la conservación de las flores y follajes promoviendo la libre circulación del aire en su estado natural ya que no deben ser refrigerados por que hacerlo ocasionaría severos daños irreversibles a la calidad de los productos, estos lugares cuentan a su vez con los servicios básicos como son el agua necesaria para las tareas de limpieza y frescura e hidratación del producto, la luz y una bodega que posee una línea telefónica con fax, para que los clientes realicen sus pedidos.

Venta de los productos

Este proceso se da con la venta de las flores y follajes a los comerciantes minoristas ubicados en el mercado de la ciudad y a las floristerías, a los cuales se les ofrece los productos con un descuento del 10% en relación al precio de sus proveedores.

b) Especificación de la Maquinaria y equipo a utilizar

La maquinaria y equipo a utilizar es la siguiente:

- **Equipo de computación**

Son los equipos necesarios para el desempeño de las tareas administrativas, el cual tiene un costo de 625.00 dólares, mismos que se detallan a continuación: Ver anexo 5.

TABLA N° 41
Equipo de computación

EQUIPO DE COMPUTACION			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U.	Costo/T.
Computador C2Q233	1	420,00	420,00
Impresora láser SAMSUNG ML2240	1	85,00	85,00
Monitor LG LCD 17	1	100,00	100,00
Mouse Óptico	1	8,00	8,00
Teclado	1	12,00	12,00
TOTAL			625,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

- **Equipo de oficina**

Los equipos de oficina son requeridos para el mejor funcionamiento y adecuación de cada una de las bodegas dando un costo total de 267.50 dólares los cuales se detalla a continuación:

TABLA N° 42
Equipo de oficina

Equipo de oficina			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U.	Costo/T.
Teléfono	1	10,00	10,00
Calculadora Manual	3	12,00	36,00
Reloj de pared	3	5,50	16,50
Línea telefónica	1	100,00	100,00
Extintor	3	25,00	75,00
Dispensador de agua	3	10,00	30,00
TOTAL			267,50

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

- **Vehículo**

El vehículo es el medio por el cual se transportan los productos desde la finca “La Asunción” hasta los lugares de almacenamiento y para ser distribuidos a los comerciantes minoristas ubicados en el mercado y a las distintas floristerías de la ciudad.

El vehículo será adquirido de segunda mano, el cual se debe encontrar en excelentes condiciones, el tipo de combustible a utilizar es diesel, y con una capacidad de carga de dos toneladas. Ver anexo 6

TABLA N° 43
Vehículo

VEHICULO			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U.	PRECIO T.
Vehículo	1	12.300,00	12.300,00
TOTAL			12.300,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

- **Muebles y enseres**

Son utilizados para el acondicionamiento del área de trabajo. Ver anexo 7

TABLA N° 44
Muebles y enseres

Muebles y enseres			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U.	VALOR T.
Sillas ejecutivas	3	40,00	120,00
Escritorios ejecutivo	3	93,33	280,00
Sillas económicas	18	15,00	270,00
TOTAL			670,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

- **Implementos de limpieza**

Son los utensilios necesarios para la limpieza de las bodegas los cuales se detallan a continuación: Ver anexo 9

TABLA N° 45
Implementos de limpieza

Materiales Indirectos - Implementos de limpieza			
DETALLE	Cantidad	V/u	Costo/T. Año
Recipiente para la basura	3	1,95	5,85
Recogedor de basura	3	1,00	3,00
Balde	3	4,85	14,55
Escobas	3	3,25	9,75
Ambiental (galón)	3	8,35	25,05
Desinfectante (galón)	3	7,50	22,50
Trapeador	3	1,95	5,85
Toallas	3	0,55	1,65
TOTAL			88,20

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Los implementos de limpieza serán distribuidos para tres bodegas y generarán un costo anual de 88,20 dólares.

Activos diferidos

Son gastos para empezar el proyecto, de acuerdo a leyes, reglamentos, decretos, de instituciones públicas y privadas del país, para el normal funcionamiento de la empresa. Ver anexo 3 y 4

TABLA N° 46
Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Activos diferidos	Valor
Gastos de constitución	350,00
Permiso de funcionamiento	150,00
Total	500,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

c) El producto

Las flores y follajes son comercializadas en gran escala a nivel local, su nivel de aceptación se debe a que las flores y follajes producidas y comercializadas en Santo Domingo son de calidad y se caracterizan por poseer exóticas formas, gran colorido y tamaño esto se da gracias al clima Trópico Húmedo del sector y también por el tipo de suelo que facilita su producción.

Características Generales del Producto

Las flores tropicales son exóticas, de gran tamaño, vistosas, existen varios tipos de flores entre las que se destacan las heliconias, gingers, anturios, entre otros, las cuales están en etapa de expansión en el mercado local.

Además de la Flores Tropicales existe el producto complementario que es el follaje, que sirve para realizar los bouquets, este es utilizado con cualquier tipo de flor.

Numero de flores por caja. Esto es altamente dependiente de varios factores como son: la longitud de los tallos, variedad y edad de las flores y follajes, exigencias de los clientes, tamaño de la caja, época del año entre otros factores. Cada caja tiene un mínimo de 12 unidades.

Material de empaque. El material más utilizado para este objetivo es el papel periódico por sus propiedades de retención de humedad y aislamiento.

Etiquetado. Es la identificación de las cajas se debe establecer la siguiente información:

- Nombre de la flor tropical o follaje
- Variedad
- Tamaño
- Numero de flores o follajes por caja
- Productor / cliente
- Lugar de procedencia

Estibado de las cajas. Se debe hacer de tal forma que permita la circulación del aire dentro y alrededor de la caja. Para evitar daños se emplean estantes o se apilan las cajas en forma piramidal.

d) De la distribución

La distribución interna de las flores tropicales y follajes es muy compleja, ya que se requiere de muchos cuidados en el transporte del producto.

Los sistemas de distribución / comercialización de flores en Santo Domingo, se lo realiza de manera no técnica y sin el manejo de normas de calidad que de garantías al cliente sobre el producto que adquiere.

Actualmente los productores no poseen los suficientes conocimientos sobre las características físicas de las flores y follajes y su adecuado manejo.

Para solucionar aquello Se requiere realizar capacitaciones al personal encargada de la distribución del producto con el fin de que conozcan cual es el método más apropiado de transportación y de esta forma proteger al producto de la caída directa de los rayos solares, dándole una adecuada circulación del aire dentro y alrededor de la caja.

Por eso es importante que las flores y follajes al momento de su distribución / comercialización cuenten con un empaque en el cual se detallen datos sobre su manejo durante la transportación.

e) Imagen y Posicionamiento

La calidad es la mejor aliada para la creación de una imagen ya que los consumidores dan una valoración al producto, si es de buena calidad o si es de mala calidad. Los compradores eligen por dos criterios de compra:

1. Imagen

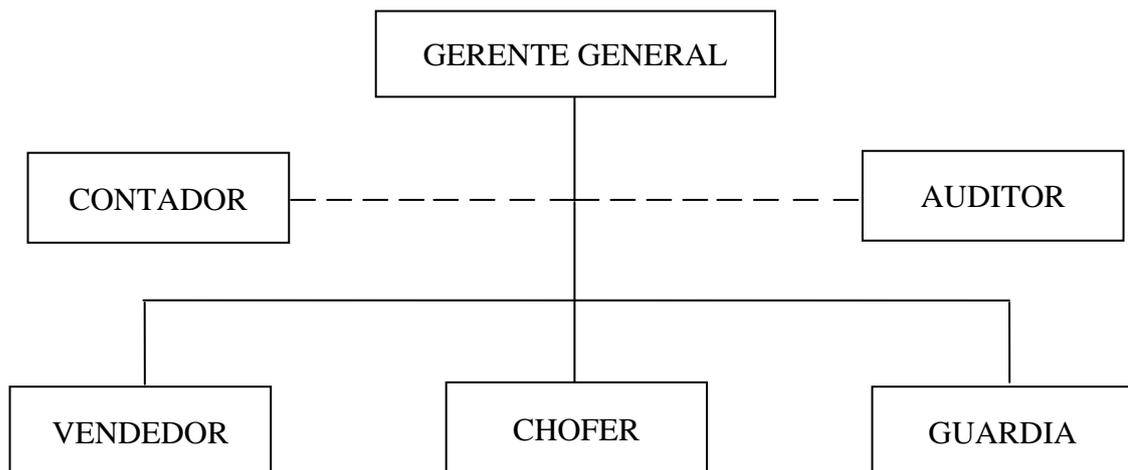
2. Precio real

La imagen que está asociada a la calidad es quizá la de mayor relevancia entre estos dos criterios. El factor imagen tiene una gran influencia en la decisión final. Cuando el comprador posee cierta experiencia es menos sensible al precio pero es más exigente en cuanto a calidad.

El posicionamiento es de gran importancia porque es la esencia de lo que los consumidores piensan acerca de un producto.

Organización de la microempresa

Organigrama estructural



La organización de la empresa es pequeña, con un solo nivel jerárquico lo que genera una estructura plana mejorando la comunicación entre los miembros de la organización y las relaciones laborales.

Recursos humanos de la empresa

El recurso humano que se necesita para poner en marcha el proyecto es el siguiente:

- ✓ Gerente General
- ✓ Vendedor
- ✓ Chofer
- ✓ Guardia
- ✓ Contador
- ✓ Auditor

Gerente General

El gerente es el gran ejecutivo de la empresa, el cual, estando por encima de toda la empresa, manda y está al frente de la gestión de la empresa.

Perfil

Edad de 25 a 30 años.

Sexo indistinto.

Estudios profesionales en administración o carreras afines.

Experiencia en las actividades Florícolas.

Actitudes

Acostumbrado a trabajar en equipo.

Ser objetivo.

Actitud de líder.

Tener don de mando.

Iniciativa propia.

Capacidad de toma de decisiones.

Funciones.

Representación legal de la empresa.

Aperturas los libros de contabilidad y realizar el análisis financieros.

Dirigir las actividades generales de la empresa.

Recibir las llamas de los clientes para los pedidos a domicilio.

Aprobación de presupuestos e inversiones.

Verifica y registra la materia prima recibida por parte de los proveedores.

Autorizar órdenes de compra de materia prima e insumos.
Dirigir a la empresa en la marcha del negocio.
Recibe por parte del vendedor los ingresos generados por las ventas diarias.
Registrar en los libros contables los gastos e ingresos diarios.
Selección de personal.
Integridad moral y ética.

Vendedor

Es el responsable de entregar a las floristerías y mercados minoristas las cajas de flores y follajes y de recibir los pagos por el producto entregado.

Perfil

Sexo indistinto.
Mínimo bachiller Administración.
Experiencia de un año en ventas.

Actitudes

Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad.
Capacidad de respuesta a la demanda del cliente.
Actitudes positivas en las relaciones entre clientes.
Capacidad de toma de decisiones.

Funciones

Es el responsable de entregar las cajas de flores y follajes a las floristerías y mercados minoristas.
Recibe por parte de los clientes los ingresos generados por las ventas diarias.
Es el encargado de dirigirse junto con el chofer a las fincas productoras para la obtención de la materia prima y transportarla a las bodegas.
Atiende los requerimientos de los clientes y les ofrece el mejor servicio.

Chofer

Encargado de poner en funcionamiento el vehículo para transportar las flores y follajes desde las fincas productoras hasta las bodegas, para luego transportar los productos a las floristerías y mercados minoristas con las debidas precauciones.

Perfil

Sexo indistinto.

Interpretación actualizada de las normas de tránsito y transporte.

Conocimientos básicos de mecánica.

Diploma de bachiller en cualquier modalidad y experiencia.

Licencia de conducción vigente con la categoría para el caso.

Dos (2) años de experiencia.

Actitudes

Alto sentido de responsabilidad.

Ética y valores.

Iniciativa propia.

Integridad y confianza.

Funciones

Abastecimiento de las flores y follajes del Recinto a las Distintas bodegas.

Traslado de las flores y follajes a los distintos mercados y floristerías de la ciudad con la debida autorización del gerente general.

Velar por el funcionamiento adecuado del vehículo y brindarle oportunamente el mantenimiento requerido.

Controlar e informar sobre el consumo de combustible.

Guardia

Involucra el desarrollo de actividades de custodia, vigilancia de los bienes inmuebles que se encuentran en las tres bodegas y realizar las labores de limpieza.

Perfil

Sexo indistinto

Manejo de armas y Municiones

Manejo de Equipos de comunicación.

Libreta Militar de Primera Clase.

Actitudes

Ética y valores.

Alto sentido de responsabilidad.

Iniciativa propia.

Funciones

Ejercer la custodia de las tres bodegas y bienes muebles

Vigilar y evitar el hurto de muebles, enseres y equipos de oficina de las diferentes dependencias.

Colaborar con el mantenimiento de los bienes, muebles, enseres y equipos de la empresa.

Cuidar que las puertas y ventanas queden aseguradas al retirarse el personal.

Colaborar con la vigilancia de los vehículos cuando estos se encuentren estacionados en el área de la entidad.

Contador

Es el encargado de preparar y presentar informes sobre la situación financiera la empresa, ejerciendo su trabajo durante un mes cada año, al final de cada periodo contable.

Funciones

Analizar e interpretar la información financiera generada durante el año.

Interpreta los libros mayores de acuerdo con la técnica contable.

Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa y entregar al Gerente y a los accionistas.

Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.

Auditor

El auditor ejercerá su trabajo en la empresa durante un mes cada año. Será el encargado de Examinar las actividades, administrativas y financieras de la empresa.

Funciones

Evaluar la eficiencia, efectividad, economía y eficacia en el manejo de los recursos humanos, materiales, financiero, tecnológicos, ecológicos y de tiempo.

Evaluar el cumplimiento de metas y objetivos establecidos.

Ejercer con eficiencia el control sobre ingresos y gastos.

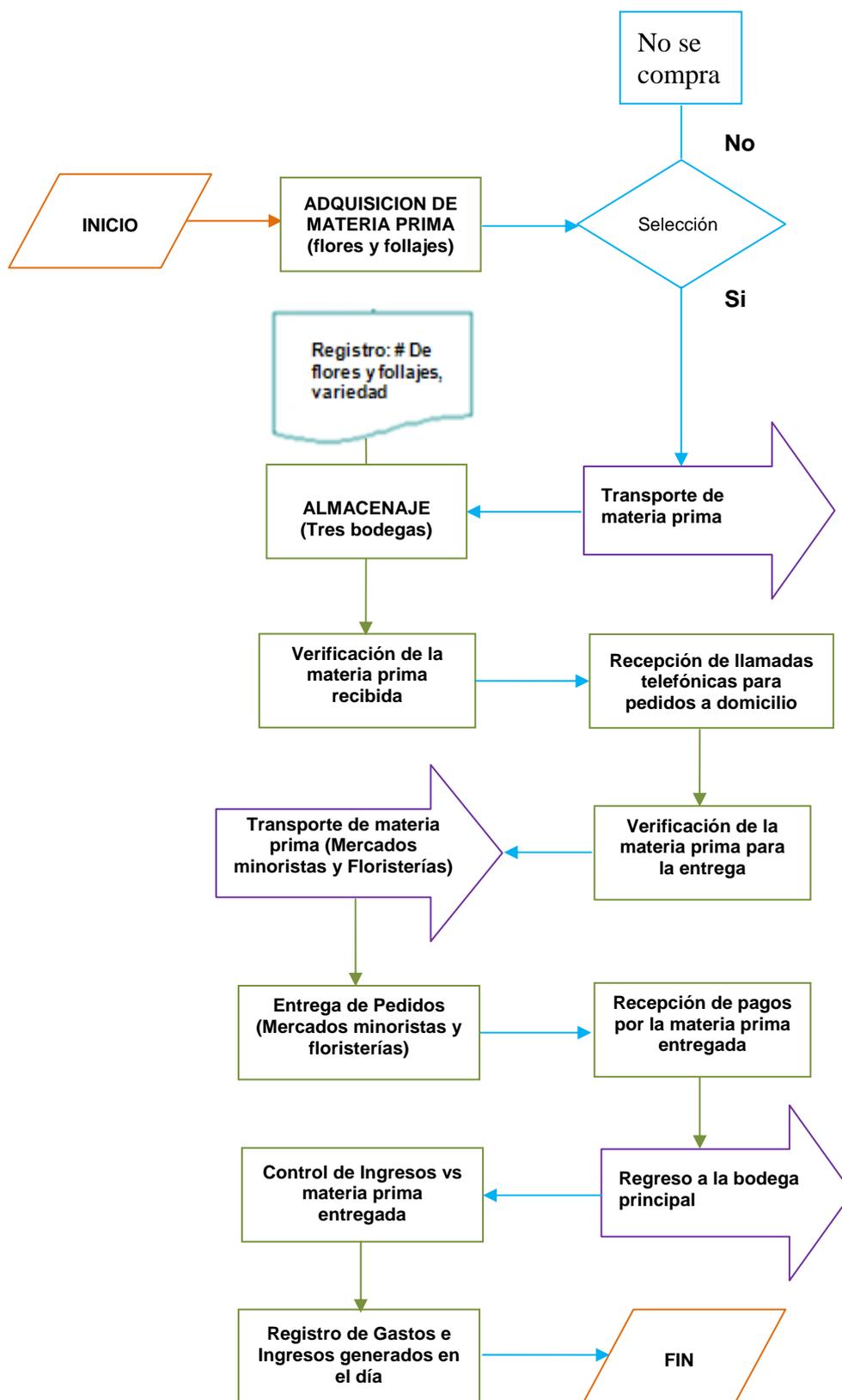
Verificar el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias.

Formular recomendaciones dirigidas a mejorar el control interno y contribuir al fortalecimiento de la gestión institucional.

Proporcionar asesoramiento a las autoridades y a los funcionarios.

4.3.1. Flujo grama de proceso

**GRAFICO Nº 54
FLORES Y FOLLAJES “SAN JOSE”**



4.4. Base legal

Los requisitos necesarios para establecer la base legal y dar inicio con la ejecución del proyecto se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

1. Solicitar y adquirir en el Servicio de Rentas Internas (SRI), el Registro Único de Contribuyente (RUC).

Para obtener el RUC, se debe cumplir con las siguientes indicaciones:

- Copia de cédula, si es casado, copia de cédula del cónyuge
- Copia de papeleta de votación
- Comprobante del pago de luz y agua
- Comprobante del pago de luz y agua del domicilio del contribuyente

2. Solicitar y adquirir en el departamento de prevención de incendios el permiso de Bomberos.

Se requiere tener las siguientes indicaciones:

- Solicitud permiso municipal
- Copia del RUC

3. Inscripción en el registro de patentes municipales del Ilustre Municipio de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Para ello se solicita:

- Copia permiso de bomberos
- Copia del RUC
- Copia de cédula de identidad.
- Copia de papeleta de votación

4. Adquirir el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud.

Se requiere:

- Copia del RUC
- Una fotografía a colores de cada uno de los trabajadores de la empresa.
- Exámenes médicos de: sangre, heces y orina de todos los trabajadores.

4.4.1. Entidades relacionadas

- Servicio de Rentas Internas
- Gobierno Municipal de Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Ministerio de Salud.
- Cámara de Comercio de la ciudad
- Superintendencia de bancos y compañías
- Registro mercantil
- Cámara de la Producción

4.4.2. Leyes conexas

- Código del Comercio
- Código del trabajo
- Código tributario
- Régimen municipal
- Ley de régimen tributario
- Ley de seguridad social.

CAPITULO V

INVERSIONES DEL PROYECTO

5.1. Activos fijos tangibles

Se consideran activos tangibles todos los bienes de naturaleza material susceptibles de ser percibidos por los sentidos, tales como:

TABLA N° 47
Activos fijos tangibles

MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Activo	Valor total
Equipo de computación	625,00
Equipo de oficina	267,50
Vehículo	12.300,00
Muebles y enseres	670,00
Implementos de limpieza	88,20
Total	13.950,70

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

La empresa cuenta con activos fijos valorados en 13.950,70 dólares, siendo el más representativo el vehículo por ser el medio por el cual se transporta el producto.

5.2. Activos fijos diferidos

“Las inversiones en activos diferidos son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto”.⁸

⁸ Econ. Edilberto MENESES, PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS, Pág. 140, Edición 2004.

Gastos de constitución

Corresponde a los gastos legales e implica la conformación jurídica de la empresa que se creará para operar el proyecto.

- **Los gastos de puesta en marcha**

Son todos aquellos que deben realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones, tanto en la etapa de pruebas preliminares como en las del inicio de la operación y hasta que alcancen un funcionamiento adecuado. Aunque algunos ítems son costos operacionales, estos deben realizarse con anterioridad al momento de puesta en marcha del proyecto. Ver anexo 3 y 4

TABLA N° 48
Activos fijos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Activos diferidos	Valor
Gastos de constitución	350,00
Permiso de funcionamiento	150,00
Total	500,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Los activos diferidos están integrados por los gastos de constitución que representa un costo de 350,00 dólares y el permiso de funcionamiento con un costo de 150,00 dólares dando un total de 500,00 dólares.

5.3. Capital de trabajo

“Es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos”.⁹

⁹ VARELA, Rodrigo. Evaluación Económica de Alternativas Operacionales y Proyectos de Inversión. Editorial Norma.

TABLA N° 49
Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Factor Caja 1 meses	
Capital de Trabajo	USD
Suministros	308,17
Arriendo bodegas	3.240,00
Gasto de transporte o distribución	2.043,60
MOD	3.050,72
MOI	6.101,44
Implementos de limpieza	88,20
Mantenimiento y seguros	50,00
Otros CIF 5%	184,32
Subtotal	15.066,45
Requerimiento diario	41,85
Requerimiento ciclo de caja	1.255,54
inventario inicial	1.131,56
Capital de trabajo operativo	2.387,09
Capital de trabajo Adm.	
Gastos Adm. Que representan desembolsos	4.739,07
Requerimiento diario	13,16
Total capital de trabajo Adm.	394,92
Total Capital de trabajo 1 mes	2.782,02

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El capital de trabajo establece recursos financieros para un mes en el periodo pre operacional, con un total de 2.782,02 dólares, tiempo en el cual el capital de trabajo cubrirá todos los gastos y costos para la operación normal del servicio, hasta que el proyecto genere los propios.

El rubro que se considera como inventario inicial es de 1.131,56 dólares, correspondientes a las necesidades de materia prima que se requiere para poder iniciar las actividades de la empresa. Este valor es igual al valor anual de

MPD dividido para 12 meses y este resultado dividido para 4, correspondiente al costo de materia prima de una semana.

$$\frac{54.314,73}{12} = 4.526,23 \quad \frac{4.526,23}{4} = 1.131,56$$

A continuación se detalla la inversión fija del proyecto la cual está conformada por los activos fijos tangibles, los activos diferidos y el capital de trabajo.

TABLA N° 50
INVERSIONES DEL PROYECTO

INVERSIONES DEL PROYECTO		
INVERSIÓN	DÓLARES	%
I. Inversión Fija		
a. Tangible		
Equipo de computación	625,00	3,63%
Equipo de oficina	267,50	1,55%
Muebles y enseres	670,00	3,89%
Vehículo	12.300,00	71,38%
Implementos de limpieza	88,20	0,51%
Total	13.950,70	
b. Intangible		
Gastos de constitución	350,00	2,03%
Permiso de funcionamiento	150,00	0,87%
Total	500,00	
II. Capital de Trabajo		
a. Efectivo	1.650,46	9,58%
b. Inventario	1.131,56	6,57%
Total	2.782,02	
INVERSIÓN TOTAL	17.232,72	100%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

La inversión total de proyecto alcanza un total de 17.232,72 dólares, la cual será financiada con el aporte de tres accionistas, por ser un costo no tan representativo.

5.4. Financiamiento del proyecto

Una vez que se haya determinado la inversión para llevar a cabo el proyecto, se tiene que pensar en el financiamiento.

5.4.1. Fuentes de financiamiento

El financiamiento en un proyecto consiste en las fuentes de financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto.

5.4.1.1. Fuentes internas

Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.

Las fuentes internas de financiamiento son aquellas que provienen de los accionistas de la empresa. Son las nuevas aportaciones que los accionistas dan a la organización, o bien, son las utilidades generadas por la empresa no retiradas por los accionistas y que quedan dentro del renglón de utilidades retenidas y que en algún momento futuro pueden ser susceptibles de capitalización.

5.4.1.2. Fuentes externas

Es el uso de recursos de terceros, es decir representa el endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing, prestamistas, etc.

5.5. Estructura del financiamiento

La estructura de financiamiento del proyecto, implica determinar el grado de participación de cada fuente de financiamiento.

5.5.1. Aportes de Capital

Son los aportes de los accionistas fundadores y por los que pueden intervenir en la administración de la empresa.

TABLA N° 51
Financiamiento del Proyecto

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
Capital social	17.232,72	100%
Total financiamiento	17.232,72	100%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Se considera tres accionistas los cuales realizarán el aporte total de la inversión del proyecto con 17.232,72 dólares, este monto es dividido en tres partes iguales, cada socio aportará con 5.744,24 dólares cubriendo el 100% de la inversión.

TABLA N° 52
APORTE DE LOS ACCIONISTAS

APORTE DE LOS ACCIONISTAS				
ACCIONISTAS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	NUMERO DE PARTICIPACIONES	PORCENTAJE
JOSE LUIS HOLGUIN LOPEZ	5.744,24	5.744,24	5.744,24	33,33%
TANIA MALES AGUILAR	5.744,24	5.744,24	5.744,24	33,33%
ALISSON HOLGUIN MALES	5.744,24	5.744,24	5.744,24	33,33%
TOTAL	17.232,72	17.232,72	17.232,72	100,00%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

5.6. Cuadro de fuentes y usos

Para llevar a cabo la creación de una empresa comercializadora de flores y follajes se necesita 17.232,72 dólares financiados mediante recursos propios correspondientes a los aportes de capital de cada uno de los accionistas.

TABLA N° 53
Cuadro de fuentes y usos

CUADRO DE FUENTES Y USOS			
DESCRIPCION	VALOR	R. PROPIOS	
Equipo de computación	625,00	3,63%	625,00
Equipo de oficina	267,50	1,55%	267,50
Muebles y Enseres	670,00	3,89%	670,00
Activos Intangibles	500,00	2,90%	500,00
Capital Trabajo, Insumos	2.782,02	16,14%	2.782,02
Vehículos	12.300,00	71,38%	12.300,00
Implementos de limpieza	88,20	0,51%	88,20
TOTAL	17.232,72	100,00%	17.232,72

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El cuadro de fuentes y usos establece que el 100% de la inversión corresponde a capital propio con un total de 17.232,72 dólares sin tener necesidad de obtener recursos ajenos por medio de préstamos bancarios o entidades financieras.

CAPITULO VI

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

6.1. Costos de producción

Los rubros que forman parte del costo de producción son:

6.1.1. Costos directos de producción

- **Materia prima directa**

Para determinar el costo unitario de la materia prima es necesario realizar una investigación de campo en el Recinto La Asunción” con el fin de conocer que finca productora ofrece las cajas de flores y follajes con un mayor descuento.

Los precios promedios que ofrecen las fincas productoras por cada caja de flores y follajes a los comerciantes minoristas del mercado y a las distintas floristerías de la ciudad se detalla a continuación: Ver anexo 14

TABLA N° 54
Materia prima directa

FLORES	PRECIO POR CAJA (12 Unidades por caja)
Heliconias	\$ 1,75
Maracas	\$ 1,50
Ginger	\$ 1,75
Musas	\$ 1,50
Colgantes	\$ 1,25
Ave del paraíso	\$ 1,00
Anturios	\$ 1,25

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

TABLA N° 55
Materia prima directa

FOLLAJES	PRECIO POR CAJA (12 Unidades por caja)
Hoja Roja	\$ 0,50
Hoja Verde	\$ 0,50
Hoja Morada	\$ 0,50
Choclera	\$ 0,50
Mirto	\$ 1,50
Pecoso	\$ 0,50
Chiflera	\$ 0,50
Canoa	\$ 0,50
Pitufo	\$ 0,50
Bandano	\$ 0,50
Cinta Finita	\$ 0,50

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Mediante entrevistas personalizadas a cada productora ubicada en el Recinto “La Asunción” se pudo conocer que fincas ofrecen el mayor descuento por la compra directa de las flores y follajes producidas en el sector.

Los resultados de la investigación dieron como resultado que las fincas de la familia Guevara, de la familia Quijia y de la familia Campos ofrecen el mejor descuento siendo este del 45% para el primer año, por la compra diaria de por lo menos 50 cajas entre flores y follajes. Para el cálculo respectivo remitirse al anexo 10.

TABLA N° 56
COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADA

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA					
AÑOS	DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS	COSTO ANUAL	8,30% DE INFLACION	COSTO TOTAL ANUAL
AÑO 1	Flores	29.960	\$ 23.582,97	\$ 25.540,35	\$ 54.314,73
	Follajes	80.513	\$ 26.569,14	\$ 28.774,38	
AÑO 2	Flores	31.502	\$ 26.011,52	\$ 28.170,48	\$ 59.592,33
	Follajes	84.655	\$ 29.013,71	\$ 31.421,85	
AÑO 3	Flores	33.122	\$ 28.721,63	\$ 31.105,53	\$ 65.370,44
	Follajes	89.010	\$ 31.638,89	\$ 34.264,91	
AÑO 4	Flores	34.825	\$ 31.740,63	\$ 34.375,10	\$ 72.705,26
	Follajes	93.586	\$ 35.392,58	\$ 38.330,16	
AÑO 5	Flores	36.615	\$ 35.098,09	\$ 38.011,24	\$ 80.733,29
	Follajes	98.396	\$ 39.447,88	\$ 42.722,05	

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El costo unitario de materia prima proyectado indica un incremento anual del 5% a partir de segundo año, debido a que los productores apelan a que cada año se incrementan los costos de producción debido al aumento del costo de la materia prima, insumos, mano de obra, y a diversos factores que afectan a la economía nacional. Para el cálculo respectivo remitirse al anexo 10.

6.1.2. Gastos de fabricación

Los gastos de fabricación están vinculados con los costos indirectos de fabricación que corresponden a: mano de obra directa, mano de obra indirecta,

personal administrativo, materiales indirectos, los suministros, reparación y mantenimiento, seguros, imprevistos, regalías, arriendos y depreciación.

1) Mano de obra directa

Es todo el personal de la empresa que se encuentra directamente relacionado con el proceso de comercialización del producto. Ver anexo 13

TABLA N° 57
Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA				
PERSONAL	CANTIDAD	SALARIO MES	SALARIO ANUAL	TOTAL LIQUIDO
Vendedores	1	240	2880	3.050,72
TOTAL				3.050,72

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El costo de mano de obra directa corresponde a 3.050,72 dólares el cual es el encargado de entregar el producto a los clientes ubicados en los mercados minoristas y floristerías, así como también de recibir el pago por la venta de flores y follajes.

2) Mano de obra indirecta

Es la fuerza laboral que no se encuentra en contacto directo con el proceso adquisición y venta de flores y follajes. Ver anexo 13

TABLA Nº 58
Mano de obra indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA				
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR MES	SALARIO ANUAL	TOTAL LIQUIDO
Chofer	1	240	2880	3.050,72
Guardia	1	240	2880	3.050,72
TOTAL				6.101,44

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El costo de mano de obra indirecta corresponde a 6.101,44 dólares, conformado por el chofer, el cual es el encargado de manejar el vehículo donde se transportan las flores y follajes y el Guardia siendo el encargado de garantizar la seguridad de las tres bodegas donde se almacenan los productos.

3) Personal administrativo

Es aquel que cumple diversas labores generales de administración que requiere el establecimiento en su organización interna. Ver anexo 13

TABLA Nº 59
Personal administrativo

PERSONAL ADMINISTRATIVO				
PERSONAL	CANTIDAD	VALOR MES	SALARIO ANUAL	TOTAL LIQUIDO
Gerente General	1	300	3600	3.763,40
TOTAL				3.763,40

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El personal administrativo generará un costo de 3.763,40 dólares al año, estará conformado por el Gerente general, el cual se encargará de dirigir las actividades generales de la empresa.

Honorarios auditor

El auditor ejercerá su trabajo en la empresa durante un mes cada año. Será el encargado de Examinar las actividades, administrativas y financieras de la empresa comercializadora de flores y follajes "SAN JOSE", obteniendo un ingreso de 300,00 dólares por la prestación de sus servicios.

TABLA Nº 60
Honorarios auditor

AUDITOR		
PERSONAL	CANTIDAD	VALOR
AUDITOR	1	300,00
TOTAL		300,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Honorarios contador

Será el encargado de preparar y presentar informes sobre la situación financiera la empresa, ejerciendo su trabajo durante un mes cada año y obteniendo un ingreso de 350,00 dólares por la prestación de sus servicios.

TABLA Nº 61
Honorarios contador

CONTADOR		
PERSONAL	CANTIDAD	VALOR
CONTADOR	1	350,00
TOTAL		350,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

4) Los materiales indirectos

Son materiales que sirven para dar un mayor acondicionamiento al producto los cuales no intervienen directamente con el proceso de adquisición de la materia prima.

TABLA N° 62
Los materiales indirectos

Materiales Indirectos - Implementos de limpieza			
DETALLE	Cantidad	V/u	Costo/T. Año
Recipiente para la basura	3	1,95	5,85
Recogedor de basura	3	1,00	3,00
Balde	3	4,85	14,55
Escobas	3	3,25	9,75
Ambiental (galón)	3	8,35	25,05
Desinfectante (galón)	3	7,50	22,50
Trapeador	3	1,95	5,85
Toallas	3	0,55	1,65
TOTAL			88,20

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Los materiales indirectos suman un total de 88,20 dólares al año.

5) Los suministros

Son materiales requeridos en el proceso de comercialización.

TABLA N° 63
Los suministros

SUMINISTROS				
Suministros	Unidad	Cantidad	Costo/U.Mes	Costo/T. Año
Energía Eléctrica	Kw.h	75kw	6,83	81,90
Teléfono	Minutos	150	7,50	90,00
Agua consumo humano	m3	200	9,40	112,80
Otros	-	-	-	23,47
Total				308,17

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El valor de los suministros haciende a un costo de 308,17 dólares

6) Reparación y mantenimiento

TABLA N° 64
Reparación y mantenimiento

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO		
RUBROS	VALOR	Costo/T. Año
Equipos (5%)	625,00	31,25
TOTAL		31,25

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El costo estimado para la reparación y mantenimiento de equipos (5% del valor instalado) es de 31,25 dólares al año.

7) Seguros

TABLA N° 65
Seguros

SEGUROS		
RUBROS	VALOR	Costo/T. Año
Equipo de computación (3%)	625,00	18,75
TOTAL		18,75

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El costo del seguro es de 18,75 dólares al año (3% del valor del equipo de computación).

8) Imprevistos

TABLA Nº 66
Imprevistos

IMPREVISTOS		
RUBRO	VALOR	Costo/T. Año
Suministros	308,17	8,36%
Reparación y mantenimiento	31,25	0,85%
Arriendo	3.240,00	87,89%
Otros Materiales indirectos	88,20	2,39%
Seguros	18,75	0,51%
TOTAL	3.686,37	100,00%
Total (5%)	184,32	

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El costo estimado para los imprevistos asciende a 184,32 dólares al año (5% del total de los Costos Indirectos de Fabricación).

9) Arriendos

TABLA Nº 67
Arriendos

ARRIENDO DE BODEGAS				
BODEGAS	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR MENSUAL	COSTO /T. AÑO
Las Palmeras manzana 1 casa 10	1	28m ²	80	960
Avenida Abraham Calazacón	1	28m ²	90	1.080
Calle Galápagos y Cuenca	1	32m ²	100	1.200
TOTAL			270	3.240

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El costo por arriendo es de 3.240 dólares al año, valor en el cual intervienen 3 bodegas para el almacenamiento de las flores y follajes.

10) Depreciación

Es la pérdida de valor de un activo fijo como consecuencia del uso, así tenemos:

TABLA N° 68
Depreciación

DEPRECIACIONES				
Cuentas	Costo	Vida útil años	Depreciación %	Total año
Equipo de computación	625,00	3	33%	208,33
Equipos de oficina	267,50	5	20%	53,50
Muebles y enseres	670,00	5	20%	134,00
Vehículo	12.300,00	5	20%	2.460,00
TOTAL	13.862,50			2.855,83

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Estos activos fijos son propiedad de la empresa, tienen una vida útil legalmente establecida y su costo es de 2.855,83 dólares al año en el que interviene el equipo de computación, los equipos de oficina, los muebles y enseres y el vehículo.

A continuación se muestra el resumen de depreciaciones.

TABLA N° 69
Resumen Depreciación

RESUMEN DEPRECIACIONES PROYECTADAS					
Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS FIJOS					
Equipo de computación	208,33	208,33	208,33		
Subtotal	208,33	208,33	208,33	-	-
ACT-FIJOS ADM					
Equipo de oficina	53,50	53,50	53,50	53,50	53,50
Muebles y enseres	134,00	134,00	134,00	134,00	134,00
Vehículos	2.460,00	2.460,00	2.460,00	2.460,00	2.460,00
Subtotal	2.647,50	2.647,50	2.647,50	2.647,50	2.647,50
TOTAL	2.855,83	2.855,83	2.855,83	2.647,50	2.647,50

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

6.1.3. Gastos administrativos

Los gastos administrativos corresponden a los rubros de: gerente general, honorarios del contador, honorarios del auditor, gastos de oficina e imprevistos.

TABLA Nº 70
Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑO	
Rubros	Valor
Gerente General	3.763,40
Agua, luz, Teléfono	284,70
Depreciación	2.855,83
Gastos de oficina	100,00
Honorarios auditor	300,00
Honorarios contador	350,00
Amortización activos diferidos	100,00
Imprevistos 5%	222,41
TOTAL	7.976,34

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El costo total por gastos administrativos es de 7.976,34 dólares al año siendo el más representativo el sueldo del gerente general con un total de 3.763,40 dólares al año, el auditor y el contador reciben honorarios de 300,00 y 350,00 dólares al año respectivamente ya que ejercerán su trabajo en la empresa durante un mes cada año.

6.1.4. Gastos de ventas

Está conformado por la publicidad y los gastos de transporte o distribución.

6.1.4.1. Publicidad

Está constituido por los gastos que inciden directamente con la venta de los productos, con lo cual se busca adquirir una imagen y un posicionamiento en la mente del consumidor.

TABLA N° 71
Publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO / U	COSTO ANUAL
Radio Majestad	48	10,00	480,00
Tarjeta de presentación	1000	0,11	110,00
Página Web	1	400,00	400,00
Diario la Hora	24	15,00	360,00
Logotipo	110.473	0,014	1.546,62
Volantes	2000	0,05	100,00
TV ZARACAY	24	15,00	360,00
TOTAL			3.356,62

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Los gastos de publicidad representan un total de 3.356,62 dólares al año con lo cual se pretende dar a conocer las variedades de flores y follajes a comercializar, siendo el más representativo el costo del logotipo, ya que este va impreso en cada caja de cartón donde se empaqueta el producto.

6.1.4.2. Gasto de transporte o distribución

TABLA N° 72
Gasto de transporte o distribución

Gasto de transporte o distribución				
COSTOS	Unidad	Cantidad	Costo/U.Mes	Costo/T. Año
Diesel	Galones	70	104,30	1.251,60
Lubricantes	Galones	5	50,00	600,00
Otros	-	-	16,00	192,00
TOTAL			170,30	2.043,60

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Los gastos del transporte de las flores y follajes son de 2.043,60 dólares al año, siendo este medio indispensable para la adquisición, almacenamiento y venta de los productos.

6.2. Proyección de los costos

Para proyectar los costos se toma en cuenta los costos y gastos generados por la empresa durante el primer año de su actividad comercial, y los siguientes años se toma como base el índice de inflación siendo este el principal factor económico que afecta al país.

**TABLA Nº 73
PROYECCION DE COSTOS**

PROYECCION DE COSTOS					
8,30 Inflación					
COSTO DE VENTA/ TASA DE INFLACION	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
MOD Sueldos	3.050,72	3.303,93	3.578,16	3.875,14	4.196,78
MOI Sueldos	6.101,44	6.607,86	7.156,31	7.750,29	8.393,56
Imprevistos 5%	457,61	495,59	536,72	581,27	629,52
Materia Prima Directa	54.314,73	59.592,33	65.370,44	72.705,26	80.733,29
Subtotal	63.924,50	69.999,71	76.641,63	84.911,96	93.953,14
CIF					
Suministros	308,17	333,75	361,45	391,45	423,94
Reparación y mantenimiento	31,25	33,84	36,65	39,69	42,99
Materiales indirectos	88,20	95,52	103,45	112,04	121,33
Seguros	18,75	20,31	21,99	23,82	25,79
Imprevistos 5%	22,32	24,17	26,18	28,35	30,70
Subtotal CIF	468,69	507,59	549,72	595,35	644,76
COSTO DE VENTA	64.393,18	70.507,30	77.191,35	85.507,31	94.597,91
PRESUPUESTO DE GASTOS					
GASTOS ADMINISTRACION					
Gerente General	3.763,40	4.075,76	4.414,05	4.780,42	5.177,19
Agua, luz, Teléfono	284,70	308,33	333,92	361,64	391,65
Arriendo bodegas	3.240,00	3.508,92	3.800,16	4.115,57	4.457,17
Gastos de oficina	100,00	108,30	117,29	127,02	137,57
Honorarios de auditoria	300,00	324,90	351,87	381,07	412,70
Honorarios contador	350,00	379,05	410,51	444,58	481,48
Imprevistos 5%	401,91	435,26	471,39	510,52	552,89
Gastos q no representan desembolsos					
Depreciaciones	2.855,83	2.855,83	2.855,83	2.647,50	2.647,50
Amortizaciones	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
GASTOS DE ADMINISTRACION	11.395,84	12.096,36	12.855,02	13.468,32	14.358,15
GASTOS DE VENTAS o PUBLICIDAD					
Radio Majestad	480,00	519,84	562,99	609,71	660,32
Diario la Hora	360,00	389,88	422,24	457,29	495,24
Página Web	400,00	433,20	469,16	508,10	550,27
Tarjeta de presentación	110,00	119,13	129,02	139,73	151,32
Volantes	100,00	108,30	117,29	127,02	137,57
Logotipo	1.546,62	1.674,99	1.814,01	1.964,57	2.127,63
TV ZARACAY	360,00	389,88	422,24	457,29	495,24
Gasto de transporte o distribución	2.043,60	2.213,22	2.396,92	2.595,86	2.811,32
Subtotal	5.400,22	5.848,44	6.333,86	6.859,57	7.428,91
GASTOS FINANCIEROS					
Cuota total. Interés	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL COSTOS + GASTOS	81.189,24	88.452,09	96.380,23	105.835,19	116.384,97

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

6.3. Ingresos del proyecto

Los ingresos del proyecto son generados por el número de cajas vendidas de flores y follajes, y el precio de venta establecido para los mercados minoristas y a los floristerías tienen un 10% de descuento en relación a sus proveedores actuales con el fin de tener una pronta aceptación del producto en el mercado.

6.3.1. Presupuesto de ingresos

Tomando como base los resultados del estudio de mercado se determinó mediante el uso de encuestas que existe un 70% de la población total que adquiere el producto, para el presente estudio se pretende abarcar un 9% de la demanda insatisfecha con un total de 110.473 cajas durante el primer año, comercializando 29.960 cajas de flores con el 27,12% de participación y 80.513 cajas de follajes con el 72,88% de participación en el primer año.

TABLA Nº 74
Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS		
DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS AL MES	INGRESO MENSUAL
Flores	2.497	\$ 3.217,16
Follajes	6.709	\$ 3.568,17
INGRESO TOTAL AL MES		\$ 6.785,33
INGRESO TOTAL AL AÑO		\$ 81.423,90

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Cada mes se pretende comercializar 2.497 cajas de flores y 6.709 cajas de follajes, obteniendo un ingreso mensual de 6.785,33 dólares, el precio unitario establecido por caja en el primer año de labores de la empresa, poseerá un 10% descuento en relación al costo original por caja que ofrecen los proveedores de flores y follajes a los comerciantes minoristas y a las floristerías de la ciudad, de esta forma se pretende acaparar el mercado en forma

progresiva, estableciendo una campaña agresiva del plan de marketing, aplicando estrategias de mercadeo y dando un producto de calidad, se estima que la demanda aumentará acorde a la tasa de crecimiento anual de la ciudad (3,7%) cada año, hasta los 5 años siguientes. Para el cálculo respectivo remitirse al anexo 11 y 12.

6.3.2. Proyección del presupuesto de ingresos del proyecto

TABLA Nº 75
Proyección del presupuesto de ingresos del proyecto

PRESUPUESTO DE INGRESOS				
AÑOS	DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS	INGRESO ANUAL	INGRESO TOTAL ANUAL
AÑO 1	Flores	29.960	\$ 38.605,87	\$ 81.423,90
	Follajes	80.513	\$ 42.818,03	
AÑO 2	Flores	31.502	\$ 46.712,73	\$ 98.660,36
	Follajes	84.655	\$ 51.947,63	
AÑO 3	Flores	33.122	\$ 56.496,91	\$ 119.451,02
	Follajes	89.010	\$ 62.954,10	
AÑO 4	Flores	34.825	\$ 68.356,77	\$ 144.501,86
	Follajes	93.586	\$ 76.145,09	
AÑO 5	Flores	36.615	\$ 82.697,60	\$ 174.474,29
	Follajes	98.396	\$ 91.776,70	

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El precio unitario establecido por caja se basan en las investigaciones realizadas y el fijado por la competencia en el mercado, este se incrementará en un 15% anual, a partir del segundo año de labores de la empresa, debido a que los proveedores incrementan la materia prima en un 5% anual, por el aumento de los costos de producción como son: la materia prima, insumos, mano de obra, etc. Y a diversos factores que afectan a la economía nacional, y el 10% adicional, se debe al aumento en los costos de comercialización como son: el transporte, bodega, publicidad, mano de obra, costos de logotipo, etc. Para el cálculo respectivo remitirse al anexo 11.

CAPITULO VII

EVALUACION FINANCIERA

7.1. Evaluación económico financiero del proyecto

La evaluación financiera del proyecto permitirá minimizar el riesgo de la inversión mediante el análisis de los costos, gastos e ingresos generados durante el presente estudio, las mismas que permitirán realizar una evaluación concisa de la situación económica-financiera del proyecto y de esta manera se tomará las mejores decisiones para llevar a la empresa a obtener altos índices de rentabilidad.

7.1.1. Instrumentos de evaluación

Los instrumentos de evaluación son los estados financieros básicos de los cuales se obtienen los ingresos y costos proyectados, así como también datos confiables que permiten analizar las posibles consecuencias generadas al momento de llevar a cabo la actividad económica.

Estados financieros básicos:

- Estado de situación inicial
- Estado de resultados
- Flujo de caja
- Balance general proyectado

7.1.1.1. Estado de situación inicial

El estado de situación inicial está conformado por el activo, pasivo y patrimonio los cuales dan a conocer la situación económica inicial de la empresa, mismos que se detallan a continuación:

TABLA N° 76
Estado de situación inicial

BALANCE DE SITUACION INICIAL				
AL - DE - DEL 2009				
ACTIVO			PASIVOS	
CIRCULANTE		2.782,02	CORTO PLAZO	-
CAJA-BANCOS	1.650,46		LARGO PLAZO	-
INVENTARIO	1.131,56			
ACTIVO FIJO		13.950,70	TOTAL PASIVO	
TERRENO				
EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES				
MUEBLES Y ENSERES	670,00			
EQUIPOS DE OFICINA	267,50			
EQUIPO DE COMPUTACION	625,00		TOTAL PATRIMONIO	17.232,72
VEHICULOS E IMPLEMENTOS	12.388,20			
ACTIVOS DIFERIDOS		500,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	17.232,72
GASTOS INTANGIBLES	500,00			
TOTAL ACTIVO		17.232,72		

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El total de activo es de 17.232,72 dólares, representado por los activos circulante, fijo y diferido, siendo el más representativo el costo del vehículo e implementos con 12.388,20 dólares, el total del pasivo no representa rubros, puesto que para la ejecución del proyecto no es necesario endeudarse y el total del patrimonio es el aporte de capital de los inversionistas.

7.1.1.2. Estado de resultados

TABLA N° 77
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
PERIODOS	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
Ventas netas	81.423,90	98.660,36	119.451,02	144.501,86	174.474,29
Costo de ventas	64.393,18	70.507,30	77.191,35	85.507,31	94.597,91
Utilidad bruta en ventas	17.030,72	28.153,07	42.259,67	58.994,55	79.876,39
Gasto de ventas o publicidad	5.400,22	5.573,57	5.752,48	5.937,13	6.127,71
Gastos administración	11.395,84	12.096,36	12.855,02	13.468,32	14.358,15
Utilidad operacional	234,66	10.483,14	23.652,17	39.589,10	59.390,53
Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros egresos (suministros)	23,47	24,22	25,00	25,80	26,63
Utilidad antes participación	211,19	10.458,92	23.627,17	39.563,30	59.363,89
15% participación utilidades	31,68	1.568,84	3.544,07	5.934,49	8.904,58
Utilidad antes de imp.	179,51	8.890,08	20.083,09	33.628,80	50.459,31
Impuesto a la renta (25%)	44,88	2.222,52	5.020,77	8.407,20	12.614,83
Utilidad neta	134,63	6.667,56	15.062,32	25.221,60	37.844,48

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El estado de resultado es un índice financiero que proporciona información cuantitativa a cerca de los ingresos y gastos generados durante la ejecución de la actividad de la empresa comercializadora de flores y follajes "SAN JOSE", mismas que dan a conocer si en el primer periodo existe pérdida o utilidad.

Se realizó una proyección para cinco años los cuales demuestran un incremento tanto de ingresos como de costos, tomando como base la inflación que existe en el país, misma que facilita el análisis financiero, el cual da como resultado que para el primer año habrá una utilidad de 134,63 dólares, para el

segundo año 6.667,56 dólares, para el tercer año 15.062,32 dólares, para el cuarto año 25.221,60 dólares y en el quinto año 37.844,48 dólares de utilidad.

7.1.1.3. Flujo de caja

“Es un resumen de las entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa. El flujo de caja esperado como resultado de la ejecución de un plan de actividades de la empresa es un presupuesto, (presupuesto de caja o presupuesto financiero) que muestra los movimientos de efectivo dentro de un periodo de tiempo establecido, no el ingreso neto o rentabilidad de la empresa”.¹⁰

El flujo de caja muestra todos los ingresos y egresos presentes y futuros del proyecto de la empresa o negocio. No importa la fuente. Para el caso de los ingresos pueden ser por ventas, aporte de socios, préstamos de terceros, préstamos de los bancos, ganancias de intereses o cualquier otro ingreso.

El propósito del flujo de caja presupuestado es el de mostrar de donde provendrán los ingresos y como se usarán esos fondos. El flujo de solo indica si la empresa genera suficiente dinero en efectivo para hacer frente a todas las necesidades de efectivo de la actividad empresarial.

La cantidad de información que provee el flujo de caja lo constituye en la herramienta de control más útil, junto con la experiencia, para la toma de decisiones empresariales.

¹⁰ <http://www.capig.org.ec/otrosServicios/bibliotecaVirtual/index.php?dir=&file=EL%20FLUJO%20DE%20CAJA%20PARA%20LA%20EMPRESA.doc>.

TABLA Nº 78
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A- INGRESOS OPERACIONALES		81.423,90	98.660,36	119.451,02	144.501,86	174.474,29
Recuperación por ventas		81.423,90	98.660,36	119.451,02	144.501,86	174.474,29
B- EGRESOS OPERACIONALES		81.189,24	88.177,22	95.798,85	105.121,09	115.292,10
Pago a Proveedores	1.131,56	54.314,73	59.592,33	65.370,44	72.705,26	80.733,29
M O D y MOI		9.609,77	10.407,38	11.271,19	12.206,70	13.219,86
Gasto en ventas o publicidad		5.400,22	5.573,57	5.752,48	5.937,13	6.127,71
Gastos administración		11.395,84	12.096,36	12.855,02	13.676,65	14.566,48
Costo indirecto del servicio (CIF)		468,69	507,59	549,72	595,35	644,76
C- FLUJO OPERACIONAL (A-B) VAN - TIR	-1.131,56	234,66	10.483,14	23.652,17	39.380,77	59.182,19
D- INGRESOS NO OPERACIONALES	17.232,72	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Crédito a contratarse largo plazo						
Aportes de capital	17.232,72					
Otros ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E- EGRESOS NO OPERACIONALES	14.450,70	100,03	3.815,58	8.589,85	14.367,50	21.546,04
Pago interés		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago de créditos largo plazo						
Otros egresos		23,47	24,22	25,00	25,80	26,63
Pago participación de utilidades		31,68	1.568,84	3.544,07	5.934,49	8.904,58
Pago de impuestos		44,88	2.222,52	5.020,77	8.407,20	12.614,83
ACTIVOS FIJOS						
Equipos de computación	625,00					
Muebles Y enseres	670,00					
Equipos de oficina	267,50					
Vehículos	12.300,00					
Implementos de limpieza	88,20					
Cargos diferidos (Activos diferidos)	500,00					
F- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	2.782,02	-100,03	-3.815,58	-8.589,85	-14.367,50	-21.546,04
G- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	1.650,46	134,63	6.667,56	15.062,32	25.013,27	37.636,15
H- SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	1.650,46	1.785,09	8.452,65	23.514,97	48.528,24
I- SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	1.650,46	1.785,09	8.452,65	23.514,97	48.528,24	86.164,39

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El flujo de caja demuestra que en el año 0 inicia las operaciones con 1.650,46 dólares, en el primer año de actividades refleja un saldo final de 1.785,09 dólares, en el segundo año 8.452,65 dólares, en el tercer año 23.514,97 dólares, en el cuarto año 48.528,24 dólares y en el quinto año 86.164,39 dólares.

7.1.1.4. Balance general proyectado

Una vez determinada la utilidad del ejercicio, se puede construir el balance general proyectado, con el fin de conocer la situación financiera de la empresa en cada periodo, detallando los activos, pasivos y patrimonio con que cuenta la comercializadora de flores y follajes "SAN JOSE"

TABLA N° 79
Balance general proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente						
Caja bancos	1.650,46	1.785,09	8.452,65	23.514,97	48.528,24	86.164,39
Total activos corrientes	1.650,46	1.785,09	8.452,65	23.514,97	48.528,24	86.164,39
Activos Realizables	1.131,56	54.314,73	59.592,33	65.370,44	72.705,26	80.733,29
Inventario de materia prima	1.131,56	54.314,73	59.592,33	65.370,44	72.705,26	80.733,29
Activo fijo operativo	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00
Equipos de computación	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00
Activos fijos Adm.	13.325,70	13.325,70	13.325,70	13.325,70	13.325,70	13.325,70
Muebles y enseres	670,00	670,00	670,00	670,00	670,00	670,00
Equipos de oficina	267,50	267,50	267,50	267,50	267,50	267,50
Vehículos	12.300,00	12.300,00	12.300,00	12.300,00	12.300,00	12.300,00
Implementos de limpieza	88,20	88,20	88,20	88,20	88,20	88,20
Subtotal activos fijos	13.950,70	13.950,70	13.950,70	13.950,70	13.950,70	13.950,70
Depreciación acumulada (-)		2.855,83	5.711,67	8.567,50	11.215,00	13.862,50
Total activos fijos	13.950,70	11.094,87	8.239,03	5.383,20	2.735,70	88,20
Activo diferido neto						
Gasto constitución (Act. Diferidos)	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Amortización acumulada		100,00	200,00	300,00	400,00	500,00
Total activo diferido neto	500,00	400,00	300,00	200,00	100,00	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	17.232,72	67.594,69	76.584,02	94.468,61	124.069,20	166.985,88
Pasivo corriente						
Obligaciones Bancarias		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOT. PASIVOS CORRIENTES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Patrimonio	17.232,72	67.594,69	76.584,02	94.468,61	124.069,20	166.985,88
Capital social pagado	17.232,72	67.460,05	69.781,82	72.604,10	76.983,09	82.055,28
Reserva legal 10%			13,46	680,22	2.186,45	4.708,61
Utilidad retenida			121,17	6.121,98	19.678,06	42.377,50
Utilidad del ejercicio		134,63	6.667,56	15.062,32	25.221,60	37.844,48
TOTAL DE PASIVO Y PATRIM.	17.232,72	67.594,69	76.584,02	94.468,61	124.069,20	166.985,88
COMPROBACION	0	0	0	0	0	0

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Para el primer año de actividades la empresa cuenta con un activo de 67.594,69 dólares, en el segundo año 76.584,02 dólares, en el tercer año 94.468,61 dólares, en el cuarto año 124.069,20 dólares y en el quinto año 166.985,88 dólares al año.

7.1.2. Indicadores de evaluación

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos-financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general y permiten conocer si la empresa es rentable económica y financieramente.

7.1.2.1. Costos de oportunidad de capital

El costo de oportunidad implica el costo de realizar una determinada actividad, descuidando o dejando de realizar actividades alternativas.

El costo de oportunidad del dinero permite determinar si un proyecto es rentable o no, mediante algunos criterios de decisión, tales como: Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio-Costo (RBC), para lo cual es indispensable establecer la TMAR.

TMAR

“Conocido también como tasa de descuento o tasa mínima, representa la rentabilidad a la que se renuncia al invertir en un determinado proyecto en lugar de invertir en proyectos alternativos”.¹¹

11 <http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:J5HWGUbx2uQJ:bieec.epn.edu.ec>

TABLA N° 80
Estado de situación inicia

TMAR =	Índice inflacionario + Premio al riesgo
---------------	--

TMAR =	8,30%	15%
---------------	--------------	------------

TMAR =	23,30%
---------------	---------------

Costo promedio ponderado de capital
--

Origen	Cantidad	% Aportación	TMAR	Ponderación
Accionistas	17.232,72	100%	23,30%	23,30%
Banco	-			0,00%
Total	17.232,72	100%	23,30%	23,30%

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El costo promedio ponderado constituye un rubro porcentual del 23,30%, mediante este indicador se podrá determinar el VAN y la TIR.

7.1.2.2. Tasa interna de retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero”.¹³

¹³ http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno

TABLA Nº 81
Tasa interna de retorno (TIR)

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA						
Vida útil 5 años						
Flujo de fondos	Pre operacionales	Años				
		1	2	3	4	5
Inversión fija	- 13.950,70					
Inversión diferida	- 500,00					
Capital de operación	- 1.650,46					
Participación de trabajadores		- 31,68	- 1.568,84	- 3.544,07	- 5.934,49	- 8.904,58
Impuesto a la renta		- 44,88	- 2.222,52	- 5.020,77	- 8.407,20	-12.614,83
Flujo operacional	- 1.131,56	234,66	10.483,14	23.652,17	39.380,77	59.182,19
Flujo neto (\$ constantes)	- 17.232,72	158,10	6.691,78	15.087,32	25.039,07	37.662,78
Flujo de caja acumulado	- 17.232,72	- 17.074,61	- 10.382,83	4.704,49	29.743,56	67.406,34
50,53%			TIR			

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Mediante la tabla se puede evidenciar que la TIR tiene un porcentaje de 50,53%, siendo este mayor al 23,30% perteneciente al costo promedio ponderado del capital lo cual garantiza que el proyecto genere mayor rentabilidad que una inversión alternativa.

A continuación se detalla la comprobación de la TIR

TABLA Nº 82
Comprobación de la TIR

COMPROBACION DE LA TIR			
PERIODO	FLUJO NETO OPERACIONAL	FACTOR ACT	VALOR
		50,53%	ACTUALIZADO
0	0		
1	158,10	0,66	105,03
2	6.691,78	0,44	2.953,36
3	15.087,32	0,29	4.423,58
4	25.039,07	0,19	4.877,16
5	37.662,78	0,13	4.873,58
Σ FLUJOS NETOS			17.232,72
INVERSIÓN			- 17.232,72
VAN (Tiende a cero)			0,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Cuando el VAN tiende a cero con respecto a una tasa instituida por interpolación se dice que se ha encontrado la TIR.

7.1.2.3. Valor actual neto (VAN)

“Criterio financiero para el análisis de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital incluida la inversión inicial”.¹²

TABLA N° 83
Valor actual neto (VAN)

VALOR ACTUAL NETO			
Periodos	FLUJO NETO	FACTOR ACT	VALOR
	OPERACIONAL	23,30%	ACTUALIZADO
0,00	0,00		
1,00	158,10	0,81	128,23
2,00	6.691,78	0,66	4.401,65
3,00	15.087,32	0,53	8.048,65
4,00	25.039,07	0,43	10.833,43
5,00	37.662,78	0,35	13.215,91
Σ FLUJOS NETOS			36.627,86
INVERSIÓN			-17.232,72
VAN			19.395,15

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

¹² <http://www.economia48.com/spa/d/valor-actual-neto/valor-actual-neto.htm>

El Valor Actual Neto de la empresa comercializadora de flores y follajes “SAN JOSE” es de 19.395,15 dólares, lo que demuestra la viabilidad del proyecto, y es posible obtener ingresos que garanticen la recuperación de la inversión en un determinado periodo.

7.1.2.4. Razón beneficio / Costo

La razón costo beneficio mide la rentabilidad por cada dólar invertido por los accionistas, si el resultado es mayor a la unidad indica que la inversión es rentable.

TABLA N° 84
Razón beneficio / costo

RELACION BENEFICIO COSTO			
Periodos	Inversión	FACTOR ACT	Sumatoria
		17.232,72	23,30%
	FNC		
1	158,10	0,81	128,23
2	6.691,78	0,66	4.401,65
3	15.087,32	0,53	8.048,65
4	25.039,07	0,43	10.833,43
5	37.662,78	0,35	13.215,91
TOTAL			36.627,86

$$\frac{\sum \text{Flujos generado por el proyecto}}{\text{inversión}} = \frac{36.627,86}{17.232,72}$$

RELACION BENEFICIO / COSTO	2,13
----------------------------	------

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Lo que demuestra que el proyecto genera 1,13 dólares de recuperación que por cada dólar de inversión.

7.1.2.5. Período de recuperación de la inversión (PRI)

Este método de evaluación de proyectos indica el plazo en que la inversión original se recupera con las utilidades futuras. El principio en que se basa este método es que, en tanto más corto sea el plazo de recuperación y mayor la duración del proyecto, mayor será el beneficio que se obtenga.

TABLA N° 85
Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

PERIODO REAL DE LA RECUPERACION DE LA INVERSION		
Periodos	FNC Actualizados	SUMATORIA Flujos Netos
Inversión	17.232,72	
1	128,23	128,23
2	4.401,65	4.529,88
3	8.048,65	12.578,53
4	10.833,43	23.411,95
5	13.215,91	36.627,86
PRRI	3,43	
3 años - 5 meses - 4 días		

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

$$\text{PRI} = \text{Año que no Supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{SUMATORIA flujos netos (año 3)}}{\text{FNC Actualizados del año que supera la inversión}}$$

$$\text{PRI} = 3 + \frac{17.232,72 - 12.578,53}{10.833,43}$$

$$\text{PRI} = 3 + 0,43$$

$$\text{PRI} = 3,43$$

Interpretación:

3,43	—————>	Tres años
0,43 x 12 meses = 5,16	—————>	Cinco meses
0,16 x 30 días = 4,66	—————>	Cuatro días

El periodo de recuperación de la inversión es de tres años, cinco meses y cuatro días aproximadamente.

7.1.2.6 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio determina el lugar fijo en el que las ventas igualan a los costos y no hay pérdidas ni ganancias para una actividad empresarial; sin embargo ninguna organización debe estar sobre el punto de equilibrio”.¹⁴

TABLA N° 86
Punto de equilibrio

	%	cantidad	costo variable	precio	ponderación
Heliconias	3,87%	4280	0,0192	1,58	0,06
Maracas	3,87%	4280	0,0192	1,35	0,05
Ginger	3,87%	4280	0,0192	1,58	0,06
Musas	3,87%	4280	0,0192	1,35	0,05
Colgantes	3,87%	4280	0,0192	1,13	0,04
Ave del paraíso	3,87%	4280	0,0192	0,90	0,03
Anturios	3,87%	4280	0,0192	1,13	0,04
Hoja Roja	6,63%	7.319	0,0328	0,45	0,03
Hoja Verde	6,63%	7.319	0,0328	0,45	0,03
Hoja Morada	6,63%	7.319	0,0328	0,45	0,03
Choclara	6,63%	7.319	0,0328	0,45	0,03
Mirto	6,63%	7.319	0,0328	1,35	0,09
Pecoso	6,63%	7.319	0,0328	0,45	0,03
Chiflera	6,63%	7.319	0,0328	0,45	0,03
Canoa	6,63%	7.319	0,0328	0,45	0,03
Pitufu	6,63%	7.319	0,0328	0,45	0,03
Bandano	6,63%	7.319	0,0328	0,45	0,03
Cinta Finita	6,63%	7.319	0,0328	0,45	0,03
	100,00%	110.473	0,50		0,74

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

¹⁴ Gayle Rayburn, Leticia Contabilidad y administración de costos 6a Edición, Tr

Se puede determinar el punto de equilibrio por medio de una gráfica de ingresos, costos, desembolsos (Q) contra unidades producidas, y graficar simultáneamente los costos fijos, los costos totales y los ingresos por ventas para encontrar el punto de equilibrio.

TABLA N° 87
Calculo del punto de Equilibrio

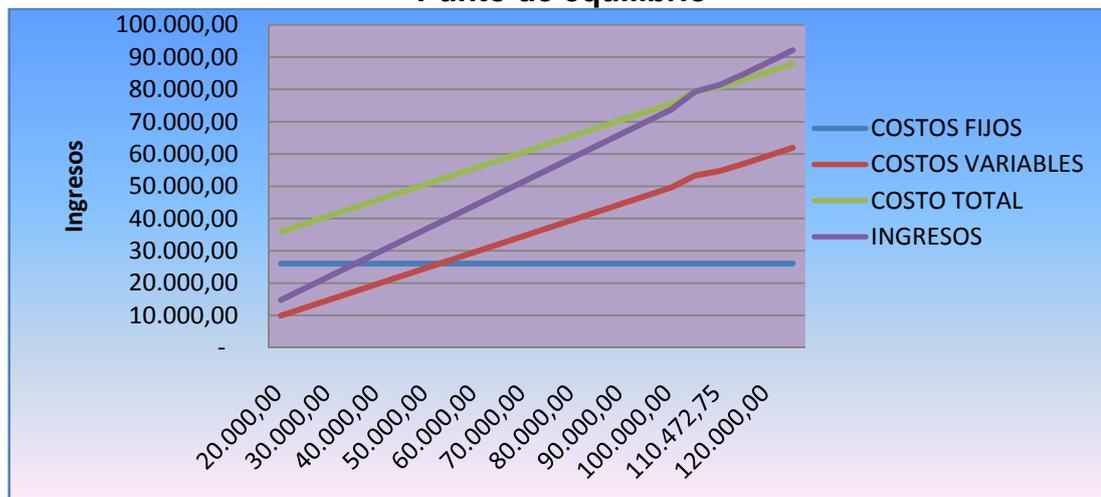
PUNTO DE EQUILIBRIO				
Q. PRODUCIDA	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	INGRESOS
20.000,00	26.020,54	9.904,90	35.925,44	14.740,99
25.000,00	26.020,54	12.381,13	38.401,66	18.426,24
30.000,00	26.020,54	14.857,36	40.877,89	22.111,49
35.000,00	26.020,54	17.333,58	43.354,12	25.796,74
40.000,00	26.020,54	19.809,81	45.830,34	29.481,99
45.000,00	26.020,54	22.286,03	48.306,57	33.167,23
50.000,00	26.020,54	24.762,26	50.782,79	36.852,48
55.000,00	26.020,54	27.238,49	53.259,02	40.537,73
60.000,00	26.020,54	29.714,71	55.735,25	44.222,98
65.000,00	26.020,54	32.190,94	58.211,47	47.908,23
70.000,00	26.020,54	34.667,16	60.687,70	51.593,48
75.000,00	26.020,54	37.143,39	63.163,92	55.278,72
80.000,00	26.020,54	39.619,62	65.640,15	58.963,97
85.000,00	26.020,54	42.095,84	68.116,38	62.649,22
90.000,00	26.020,54	44.572,07	70.592,60	66.334,47
95.000,00	26.020,54	47.048,29	73.068,83	70.019,72
100.000,00	26.020,54	49.524,52	75.545,05	73.704,97
107.609,82	26.020,54	53.293,24	79.313,78	79.313,78
110.472,75	26.020,54	54.711,10	80.731,63	81.423,90
115.000,00	26.020,54	56.953,20	82.973,73	84.760,71
120.000,00	26.020,54	59.429,42	85.449,96	88.445,96
125.000,00	26.020,54	61.905,65	87.926,18	92.131,21

Ingresos totales	81.423,90
Cantidad	110.473
Valor unitario Precio =	0,74
Costo Fijo =	26.020,54
Costo Variable total =	54.711,10
Costo Variable unitario =	0,50
PE =	Costos Fijos / (Valor unitario P.- Costo variable U.
PE =	107.609,82

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

GRAFICO N° 55
Punto de equilibrio



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

TABLA N° 88
Punto de Equilibrio

VENTAS = PRECIO X CANTIDAD		
VENTAS = C. FIJOS + C. VARIABLES + UTILIDAD		
PUNTO DE EQUILIBRIO, LA UTILIDAD = 0		
$Q = \frac{CF}{P - CVu}$		
COSTOS FIJOS	DE 1 A 12	PORCENTAJES
	VALORES	
Mano de Obra Directa	3.050,72	3,78%
Mano de Obra Indirecta	9.864,84	12,22%
Reparación y Mantenimiento	31,25	0,04%
Arriendos	3.240,00	4,01%
Seguros	18,75	0,02%
Imprevistos	22,32	0,03%
Depreciación y Amortización	2.955,83	3,66%
Gastos de Ventas	5.400,22	6,69%
Gastos de Administración	1.436,61	1,78%
Gastos Financieros	0,00	0,00%
TOTAL COSTOS FIJOS	26.020,54	32,23%
COSTOS VARIABLES		
Materias primas consumidas	54.314,73	67,28%
Suministros	308,17	0,38%
Materiales Indirectos	88,20	0,11%
TOTAL COSTOS VARIABLES	54.711,10	67,77%
PUNTO DE EQUILIBRIO:		107.609,82
UNIDADES		110.473
PRECIO		0,74
Ingresos totales		79.313,78
Costos totales		79.313,78

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El punto de equilibrio para no generar pérdida ni ganancia esta en adquirir y comercializar 107.610 cajas entre flores y follajes, lo que genera ingresos y costos totales de 79.313,78 dólares al año.

7.1.3. Índices financieros

Recuperación sobre capital propio

La productividad del capital invertido en una empresa se mide por la relación existente entre la magnitud de la utilidad neta obtenida en un ejercicio y la de su capital propio. Tal relación sirve para determinar el rendimiento del capital y puede proporcionar una idea al respecto a si los resultados de operación de la empresa corresponde razonablemente a las expectativas de los inversionistas, respecto a la retribución de su inversión.

TABLA N° 89
Recuperación sobre capital propio

RECUPERACIÓN SOBRE EL CAPITAL PROPIO

Utilidad Neta	134,63	0,008
Capital Propio	17.232,72	

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Holguín José / 2009

Se puede evidenciar que en primer periodo existe poca eficiencia en la recuperación del capital, sin embargo en años posteriores se estima una mayor productividad del capital invertido.

Rentabilidad total

Este indicador representa la rentabilidad sobre los activos.

TABLA N° 90
Rentabilidad total

ÍNDICE QUE MIDE LA RENTABILIDAD TOTAL

Valor presente	67.594,69	3,92
Inversión inicial	17.232,72	

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

El índice que mide la rentabilidad total es muy aceptable ya que genera 2,92 dólares por cada unidad invertida.

Utilidad operacional sobre ventas netas

También se le conoce como índice de productividad; mide la relación entre las utilidades netas e ingresos por venta.

TABLA N° 91
Utilidad operacional sobre ventas netas

UTILIDAD OPERACIONAL / VENTAS NETAS

Utilidad operacional	234,66	0,0029
Ventas Totales	81.423,90	

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Holguín José / 2009

La utilidad generada por las actividades operacionales o ventas del primer periodo es un valor poco representativo, sin embargo en años posteriores la utilidad se incrementa de forma considerable.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

- En la ciudad de Santo Domingo, al no existir una empresa comercializadora de flores y follajes, esta representa una gran oportunidad para establecer dicha actividad comercial y de esta manera generar empleo ya que de acuerdo al estudio de mercado la ejecución de proyecto genera ingresos económicos considerables.
- Mediante el estudio de mercado se determinó que existe un 70% de la población económicamente activa de clase media y alta que adquiere el producto, con un total de 49.361 consumidores, obteniendo mediante las encuestas, que existe una demanda insatisfecha de 1.227.475 cajas entre flores y follajes para el primer año y una demanda insatisfecha diaria de 4.721 cajas.
- Se pretende comercializar 110.473 cajas para el primer año correspondiente al 9% de la demanda insatisfecha, siendo el 27,12% de flores con un total de 29.960 cajas y 72,88% de follajes con 80.513 cajas.
- El precio unitario establecido por caja posee un 10% descuento en relación al costo original por caja que ofrecen los proveedores de flores y follajes a los comerciantes minoristas y a las floristerías de la ciudad, de esta forma se pretende acaparar el mercado en forma progresiva así como también estableciendo una campaña agresiva del plan de marketing. Los precios de las flores son: Heliconias a \$1,58 por caja,

Maracas a \$1,35 por caja, Ginger a \$1,58 por caja, Musas a 1,35\$ por caja, Colgantes a \$1,13 por caja, Ave del paraíso a \$0,90 por caja, Anturios a \$1,13 por caja. Los precios de los follajes son: Hoja roja, hoja verde, hoja morada, Choclera, Pecoso, Chiflera, Canoa, Pitufo, Bandano y Cinta finita a \$0,45 por caja y el Mirto a \$1,35 por caja

- Las tres bodegas necesarias para la comercialización de flores y follajes estarán ubicadas en la ciudad de Santo Domingo, la primera estará ubicada en Las Palmeras manzana 1 calle Túpac Yupanqui, la segunda en la Avenida Abraham Calazacón y Santa Rosa y la ultima en la Calle Galápagos y Cuenca.
- Se estima que para el primer periodo, la empresa comercializadora de flores y follajes "SAN JOSE", obtendrá 134,63 dólares de utilidad, pero en años posteriores existirá un incremento notable en la rentabilidad ya que en el segundo año se obtendrá 6.667,56 dólares, en el tercer año 15.062,32 dólares, en el cuarto año 25.221,60 dólares y en el quinto año 37.844,48 dólares.
- Los precios establecidos para el presente análisis se basan en las investigaciones realizadas y el fijado por la competencia en el mercado, esto se incrementara en un 15% anual debido a que los proveedores incrementan la materia prima en un 5% anual, por el aumento de los costos de producción como son: la materia prima, insumos, mano de obra, etc. Y a diversos factores que afectan a la economía nacional, y el 10% adicional, se debe al aumento en los costos de comercialización como son: el transporte, bodega, publicidad, mano de obra, costos de logotipo, etc.
- La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) tiene un porcentaje del 23,30% enfatiza un valor porcentual optimo de rendimiento del capital total, es decir lo mínimo que debe rendir la empresa para lograr cubrir la expectativas propuestas. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es

de 50,53% muy superior al costo promedio ponderado de capital, y con un VAN (Valor Actual Neto) de 19.395,15 dólares. El período de Recuperación de la inversión es de tres años, cinco meses y cuatro días aproximadamente. y con una relación Costo Beneficio de 2,13 lo que significa que por cada dólar que se utiliza se tiene 1,13 dólares para respaldarlo. En consecuencia se establece la viabilidad y factibilidad económica financiera del proyecto.

8.2 Recomendaciones

- Para formar parte del mercado consumidor es necesario aplicar correctas y flexibles estrategias de mercadeo en el transcurso del servicio dando un producto de calidad, con el fin de lograr un posicionamiento del producto y logrando cada día ser mas competitivos.
- Mediante el proceso de adquisición de la materia prima se debe constatar que las flores y follajes se encuentren en perfectas condiciones y su transporte sea el mas optimo con el fin de que los consumidores reciban un producto de calidad
- Es recomendable llevar un control de los ingresos y gastos generados durante la actividad comercial, a mas de evitar costos innecesarios que sean ajenas a las generadas por la empresa.
- Es importante establecer estrategias de ventas tales como la distribución en red, con el fin de incrementar las utilidades y por ende la rentabilidad
- Se debe analizar alternativas para la adquisición de la materia prima, con el fin de no depender de unos pocos proveedores y analizar quienes ofrecen mayores descuentos y facilidad de pago.
- Es de vital importancia la adecuación del medio de transporte de las flores y follajes, con el fin de garantizar que el producto no sufra daños irreversibles.
- Se debe aplicar una campaña publicitaria agresiva con el fin de dar a conocer las variedades de flores y follajes, a mas de tener un contacto telefónico permanente con proveedores y consumidores para asegurar las ventas durante cada periodo

- Es recomendable invertir en esta actividad económica ya que en base al estudio económico financiero, la rentabilidad es aceptable.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- PADILLA Jara Francisco. Fundamentos de mercadotecnia, UTE 2002. Pág. 10
- 2.- MENESES ALVARES Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos. Pág. 129.
- 3.- MENESES Edilberto. Preparación y evaluación de proyectos, Cuarta edición, 2004, Pág.78.
- 4.- BARENO Luís, Manual de formulación y evaluación de proyectos, Primera edición, 2005, Pág., 100
- 5.- BARRENO Luis, MANUAL DE FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS, Pág. 65, Ed. 2005
- 6.- BARRENO Luís. Manual de formulación y evaluación de proyectos, Primera edición, Pág. 102
- 7.- Cisneros Aguirre, Rodrigo, Plan De Desarrollo Urbano De Santo Domingo De Los Colorados, de la Consultora Nacional de Ingeniería C.N.I, pág. 114
- 8.- GUERRA Juan Manuel. Estudio de mercado para la evaluación de proyectos. Tercera Edición, 2002.
- 9.- STANLEY Rudiger, Economía, Segunda Edición, 2002, Pág. 54
- 10.- Carlos A. Sabin, op.cit,p. 155
- 11.- EROSSA MARTÍN, Victoria Eugenia, PROYECTOS DE INVERSIÓN EN INGENIERÍA, Pág.43
- 12.- BACA; Urbina Gabriel.2001. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta Edición
- 13.- Barreno, Luís, (2005), Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Pág. 20.
- 14.- ZIKMUND, Mercadotecnia. Editorial EDAF, México, 2000. Pág. 12
- 15.- SANIN, Ángel Héctor. Guía Metodología General para la Formulación y Evaluación de Proyectos. Programa de Inversión Social Local. (PROINSOL): Fondo de Inversión Social de Venezuela.
- 16.- Océano Centrum; Enciclopedia del management, 2004, Pág. 76

17.- COSS Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.

18.- Diccionario de contabilidad y finanzas, España, Edición cultural 2000

19.- SAPAG CHAIN, Nassir y Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Editorial Mcgraw-Hill, Santiago-Chile, 2000.

20.- www.corpei.org

21.- www.fob.org

22.- www.inec.gov.ec

23.- www.tschilas.com

GLOSARIO

Acodo.- Vástago acodado. || 2. *Agr.* Acción de acodar. || 3. *Arq.* Resalto de una dovela prolongado por debajo de ella. || 4. *Arq.* Moldura resaltada que forma el cerco de un vano.

Aperos.- Conjunto de instrumentos y demás cosas necesarias para la labranza.

Censo.- Padrón o lista de la población o riqueza de una nación o pueblo.

Coyuntural.- Que depende de la coyuntura (combinación de factores).

Cualitativa.- Que denota cualidad.

Cuantificación.- Acción y efecto de cuantificar. || 2. *Fil.* Expresión de la cantidad (extensión y comprensión) en los enunciados o juicios, o especialmente en el predicado.

Esquejes.- Tallo o cogollo que se introduce en tierra para reproducir la planta.

Horticultura.- Cultivo de los huertos y huertas.

Mancomunado.- Obligación.

Rizomas.- Tallo horizontal y subterráneo, como el del lirio común.

ANEXO Nº1

Esquema del INEC de la población de Santo Domingo



PROVINCIA DE PICHINCHA

Dirección de Estadística y Censos del INEC - Censos de Población y Vivienda 2011 Julio 2011

1.1. Población

1.1.1. Población Urbana

El INEC es una entidad científica pública, especializada en producir y difundir sistemáticamente información estadística que permita un adecuado conocimiento de la realidad socioeconómica del país.

Las siguientes estadísticas y estudios estadísticos fueron elaborados y producidos en la provincia y ciudades de la Provincia de Pichincha, según los datos del censo del Censo del 2011. Y corresponden a los datos para aquellos cantones de los subsectores secundario, terciario, de las ciudades y ciudades de zona a los habitantes que residen dentro de la población del sector urbano.

INEC - INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

POBLACIÓN DEL CANTÓN Y DEL MUNICIPIO DE HURUMBA

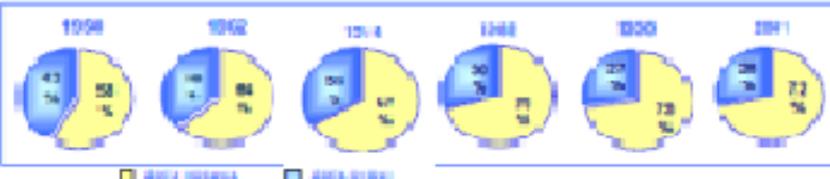
Censo 19000001

AÑO	POBLACION	MUNICIPIO	%
1999	3.292.707	229.200	7,0
1995	4.584.899	357.805	7,8
1991	6.429.766	566.566	8,8
1987	8.138.074	730.328	9,0
1983	9.427.374	874.024	9,3
2011	12.108.989	1.080.007	9,0

La población (y el número de personas) más grande se observa en 1983.

PICHINCHA: EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA Y RURAL

(Censos 1999-2011)



■ ÁREA URBANA ■ ÁREA RURAL

PICHINCHA: POBLACION POR SEXO, TASAS DE CRECIMIENTO E INDICE DE MASCULINIDAD, SEGUN CANTONES (CENSO 2011)

CANTONES	POBLACION				SEXO		INDICE DE MASCULINIDAD	
	TOTAL	Tasa %	HOMBRES	%	MUJERES	%	INDICE	%
TOTAL PICHINCHA	8.888.819	88	5.187.458	58,6	3.697.188	41,4	140,8	100,0
QUITO	1.089.893	87	652.070	60,0	437.823	40,0	149,2	170,0
CHIMBOTE	46.433	89	41.238	88,6	5.195	11,4	78,0	20,0
SB - SA	27.888	97	27.195	97,5	693	2,5	38,5	19,0
PROVINCIA MONGAY	2.184	44	1.012	46,3	1.172	53,7	90,8	19,0
HURUMBA	65.482	82	52.278	79,8	13.204	20,2	39,0	20,0
CANTON DOMONDO	207.718	87	184.488	89,3	23.230	10,7	82,1	100,0
LA ALA DE LOS BARRIOS	14.737	48	7.091	48,1	7.646	51,9	91,2	111,1
PT. MALDONADO	9.888	88	8.781	88,7	1.107	11,3	78,1	20,0
MUNICIPIO QUITO	7.100	88	6.197	87,3	903	12,7	74,6	20,0

1.001 = 100% de la población total del período 1999-2011 SB = Provincia de Bolívar
CHIMBOTE = 1999 es la población de referencia SA = Huancabamba SA = Napo

Anexo N° 2

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE FLORES Y FOLLAJES

Primera Pregunta: ¿Conoce usted los follajes y las flores ornamentales?

CONOCIMIENTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si, siga a la siguiente		
No, fin de la encuesta		
Resultado Total		

Segunda Pregunta: ¿adquiere usted estos productos?

ADQUIERE	CANTIDAD	PORCENTAJE
siga a la siguiente ,Si		
fin de la encuesta ,No		
Resultado Total		

Tercera Pregunta: ¿Con que frecuencia adquiere usted estos productos?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Una o menos veces por mes		
De dos a tres veces por mes		
Una vez por semana		
Dos o más veces por semana		
Resultado Total		

Cuarta Pregunta: ¿De qué forma le gusta adquirir usted los productos?

FORMA	CANTIDAD	PORCENTAJE
En una sola variedad de flores y follajes		
En combinación de flores y follajes		
Resultado Total		

Quinta Pregunta: ¿En qué lugares normalmente adquiere usted los productos?

LUGAR	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mercados Públicos		
Supermercados		
Venta Ambulante		
Floristerías		
Resultado Total		

Sexta Pregunta: ¿Conoce usted las variedades de flores ornamentales y follajes que existe en la ciudad?

CONOCE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si, pase pregunta 7		
No, pase pregunta 8		
Resultado Total		

Séptima pregunta: ¿Señales las flores y follajes de su preferencia?

PREFERENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Heliconias		
Maracas		
Gingers		
Musas		
Colqantes		
Ave del paraíso		
Anturios		

PREFERENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hoia Roia		
Hoia Verde		
Hoia Morada		
Choclera		
Mirto		
Pecoso		
Chiflera		
Canoa		
Pitufo		
Bandano		
Cinta Finita		

Octava Pregunta: ¿Conoce usted sí en la ciudad de Santo Domingo existe una empresa comercializadora de flores y follajes?

CONOCE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si		
No		
Resultado Total		

Novena pregunta: ¿Adquiere usted flores ornamentales y follajes producidos en Santo Domingo?

ADQUIERE	CANTIDAD	PORCENTAJE
No		
Si		
Resultado Total		

Décima pregunta: ¿Cuántas unidades del producto adquiere normalmente?

UNIDADES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Una flor o follaje		
De 1 flor o follaje a 2 flores o follajes		
Más de dos flores o follajes		
TOTAL		

**ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FINCAS PRODUCTORAS DE FLORES Y
FOLLAJES**

Primera pregunta: ¿Cuántas unidades de producto produce por semana para abastecer al mercado de Santo Domingo?

FINCAS PRODUCTORAS DE FLORES (12 UNIDADES POR CAJA) EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILA

		FAMILIA CAMPOS	FINCA "LAS MERCEDEZ"	FAMILIA VILLALVA	FAMILIA QUIJIA	FAMILIA GUEVARA	FAMILIA BARRAGAN	OTRAS FINCAS
FLORES	Heliconias							
	Maracas							
	Ginger							
	Musas							
	Colgantes							
	Ave del paraíso							
	Anturios							
	TOTAL FLORES POR SEMANA							
TOTAL FLORES POR MES								
TOTAL FLORES POR AÑO								

FINCAS PRODUCTORAS DE FOLLAJES (12 UNIDADES POR CAJA) EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILA

		FAMILIA CAMPOS	FINCA "LAS MERCEDEZ"	FAMILIA VILLALVA	FAMILIA QUIJIA	FAMILIA GUEVARA	FAMILIA BARRAGAN	OTRAS FINCAS
FOLLAJES	Hoja Roja							
	Hoja Verde							
	Hoja Morada							
	Choclera							
	Mirto							
	Pecoso							
	Chiflera							
	Canoa							
	Pitufo							
	Bandano							
	Cinta Finita							
TOTAL FOLLAJES POR SEMANA								
TOTAL FOLLAJES POR MES								
TOTAL FOLLAJES POR AÑO								

Anexo Nº 3**GASTOS DE CONSTITUCION**

Gastos de Constitución	
Trámites legales	250,00
Registro Mercantil	100,00
Total	350,00

Anexo Nº 4**PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

Permiso de funcionamiento	
Permiso de bomberos	25,00
Patente Municipal	45,00
Ministerio de Salud	80,00
Total	150,00

Anexo N° 5

Equipos de Computación

COMPU MEL
 VENTA Y MANTENIMIENTO DE COMPUTADORES INSTALACIONES DE SERVICIOS
 Div. SECTOR "A" DEL COLORADO - SAN MIGUEL No. 109 Y 1 DE JULIO
 RUC. 17075805261
 SANJO DOMINGO - ECUADOR

STO. 000 8 DE ENERO 2018
 JORGE LUIS HO. GUIN

DETALLE

CASE
 PROCESADOR INTEL DUAL CORE 2.6 GHZ
 BOARD BIOSTAR
 VIDEO
 SONIDO
 RED
 PUERTOS USB
 MEMORIA RAM DDR2 1 GB.
 DISCO DURO SAMSUNG SATA DE 500 GB. 7200 RPM
 MONITOR LG LCD 17"
 CARD READER
 DVD WRITER
 TECLADO
 MOUSE OPTICO
 PARLANTE
 IMPRESORA LASER SAMSUNG M 7240
 PROFORMA 8 DIAS LABORABLES
 ESTE PRECIO INCLUYE EL IVA



HUMBERTO MORA MUÑOZ
GERENTE

TELF. 374408 OFICINA
CEL. 094673516 OFICINA



COMPU MEL
Humberto Mora M
RUC. 17075805261

Anexo N°6

Vehículo

Compra - Venta - Cambio - Comisión

Edgarcar
Su mejor elección.

PROFORMA

Santo Domingo, 05 de Enero del 2010

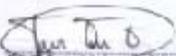
Proforma para el Sr. JOSE LUIS HOLGUIN con Cédula de Identidad N° 171917455-7 del vehículo de las siguientes características:

Marca:	CHEVROLET
Clase:	CAMIONETA
Tipo:	PICK - UP
Módulo:	LUV D-MAX C/S 4X2 GASOL. T/M
Año:	2005
Color:	ROJA
Combustible:	DIESEL
Precio:	\$12.300
Tonelaje:	2 Tonel.

El costo valor del vehículo es de **DOCE MIL TRESCIENTOS DÓLARES.**

Edgarcar
Su mejor elección.

Atentamente,


Sr. Edgar Nelson Chávez
C.I. N° 170316815-1
GERENTE PROPIETARIO
"EDGARCAR"

Logos de marcas: TOYOTA, CHEVROLET, MAZDA, NISSAN, Ford, MITSUBISHI, HYUNDAI, RENAULT, KIA, PEUGEOT, HONDA, LAND-ROVER, FOG.

Anexo N° 8

Logotipo

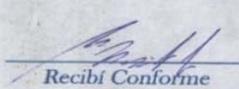
Imprenta Offset Alava
 Dirección: Av. Quilo y Oranzonas (diagonal a la Clínica Santiago)
 Telf.: 02 2740 - 929 | SANTO DOMINGO - ECUADOR

R.U.C.: 1716441264001
PROFORMA

Fecha: 06/01/2010 R.U.C.:
 Cliente: JOSE WIS HOLOVIN
 Dirección: LAS PALMERAS Telf.: 2757970

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	VALOR
85557	CANTONES INEN IMPRESION / COLOR VERDE-	0,014	1197,80
SUB - TOTAL			1069,47
DESCUENTO			
I.V.A. 12%			128,33
VALOR TOTAL			1197,80

ORIGINAL CLIENTE / COPIA: []

Firma Autorizada:  Recibí Conforme: 

Anexo N° 10

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADA

A continuación se detalla los costos unitarios de la materia prima proyectada para los cinco años siguientes.

MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADA

AÑO 1

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA					
DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL US AÑO	8,30% DE INFLACION
AÑO 1					
FLORES					
Heliconias	4.280	\$ 0,96	\$ 4.108,83		
Maracas	4.280	\$ 0,83	\$ 3.552,42		
Ginger	4.280	\$ 0,96	\$ 4.108,83		
Musas	4.280	\$ 0,83	\$ 3.552,42		
Colgantes	4.280	\$ 0,69	\$ 2.953,22		
Ave del paraíso	4.280	\$ 0,55	\$ 2.354,02		
Anturios	4.280	\$ 0,69	\$ 2.953,22		
FOLLAJES					
Hoja Roja	7.319	\$ 0,28	\$ 2.049,41		
Hoja Verde	7.319	\$ 0,28	\$ 2.049,41	50.152,10	54.314,73
Hoja Morada	7.319	\$ 0,28	\$ 2.049,41		
Choclera	7.319	\$ 0,28	\$ 2.049,41		
Mirto	7.319	\$ 0,83	\$ 6.075,04		
Pecoso	7.319	\$ 0,28	\$ 2.049,41		
Chiflera	7.319	\$ 0,28	\$ 2.049,41		
Canoa	7.319	\$ 0,28	\$ 2.049,41		
Pitufo	7.319	\$ 0,28	\$ 2.049,41		
Bandano	7.319	\$ 0,28	\$ 2.049,41		
Cinta Finita	7.319	\$ 0,28	\$ 2.049,41		

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑO 2

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA					
DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL US AÑO	8,30% DE INFLACION
AÑO 2					
FLORES					
Heliconeas	4.500	\$ 1,01	\$ 4.545,27		
Maracas	4.500	\$ 0,87	\$ 3.915,23		
Ginger	4.500	\$ 1,01	\$ 4.545,27		
Musas	4.500	\$ 0,87	\$ 3.915,23		
Colgantes	4.500	\$ 0,72	\$ 3.240,19		
Ave del paraíso	4.500	\$ 0,58	\$ 2.610,15		
Anturios	4.500	\$ 0,72	\$ 3.240,19		
FOLLAJES					
Hoja Roja	7.696	\$ 0,29	\$ 2.231,82		
Hoja Verde	7.696	\$ 0,29	\$ 2.231,82		
Hoja Morada	7.696	\$ 0,29	\$ 2.231,82		
Choclera	7.696	\$ 0,29	\$ 2.231,82		
Mirto	7.696	\$ 0,87	\$ 6.695,47		
Pecoso	7.696	\$ 0,29	\$ 2.231,82		
Chiflera	7.696	\$ 0,29	\$ 2.231,82		
Canoa	7.696	\$ 0,29	\$ 2.231,82		
Pitufo	7.696	\$ 0,29	\$ 2.231,82		
Bandano	7.696	\$ 0,29	\$ 2.231,82		
Cinta Finita	7.696	\$ 0,29	\$ 2.231,82		
				55.025,24	59.592,33

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑO 3

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA					
DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL US AÑO	8,30% DE INFLACION
AÑO 3					
FLORES					
Heliconeas	4.732	\$ 1,06	\$ 5.015,64		
Maracas	4.732	\$ 0,91	\$ 4.305,88		
Ginger	4.732	\$ 1,06	\$ 5.015,64		
Musas	4.732	\$ 0,91	\$ 4.305,88		
Colgantes	4.732	\$ 0,76	\$ 3.596,12		
Ave del paraíso	4.732	\$ 0,61	\$ 2.886,36		
Anturios	4.732	\$ 0,76	\$ 3.596,12		
FOLLAJES					
Hoja Roja	8.092	\$ 0,30	\$ 2.427,54	60.360,52	65.370,44
Hoja Verde	8.092	\$ 0,30	\$ 2.427,54		
Hoja Morada	8.092	\$ 0,30	\$ 2.427,54		
Choclera	8.092	\$ 0,30	\$ 2.427,54		
Mirto	8.092	\$ 0,91	\$ 7.363,53		
Pecoso	8.092	\$ 0,30	\$ 2.427,54		
Chiflera	8.092	\$ 0,30	\$ 2.427,54		
Canoa	8.092	\$ 0,30	\$ 2.427,54		
Pitufo	8.092	\$ 0,30	\$ 2.427,54		
Bandano	8.092	\$ 0,30	\$ 2.427,54		
Cinta Finita	8.092	\$ 0,30	\$ 2.427,54		

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑO 4

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA					
DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL US AÑO	8,30% DE INFLACION
AÑO 4					
FLORES					
Heliconeas	4.975	\$ 1,11	\$ 5.522,27		
Maracas	4.975	\$ 0,96	\$ 4.776,02		
Ginger	4.975	\$ 1,11	\$ 5.522,27		
Musas	4.975	\$ 0,96	\$ 4.776,02		
Colgantes	4.975	\$ 0,80	\$ 3.980,02		
Ave del paraíso	4.975	\$ 0,64	\$ 3.184,01		
Anturios	4.975	\$ 0,80	\$ 3.980,02		
FOLLAJES					
Hoja Roja	8.508	\$ 0,32	\$ 2.722,51		
Hoja Verde	8.508	\$ 0,32	\$ 2.722,51		
Hoja Morada	8.508	\$ 0,32	\$ 2.722,51		
Choclera	8.508	\$ 0,32	\$ 2.722,51		
Mirto	8.508	\$ 0,96	\$ 8.167,52		
Pecoso	8.508	\$ 0,32	\$ 2.722,51		
Chiflera	8.508	\$ 0,32	\$ 2.722,51		
Canoa	8.508	\$ 0,32	\$ 2.722,51		
Pitufo	8.508	\$ 0,32	\$ 2.722,51		
Bandano	8.508	\$ 0,32	\$ 2.722,51		
Cinta Finita	8.508	\$ 0,32	\$ 2.722,51		
				67.133,20	72.705,26

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑO 5

COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA					
DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL US AÑO	8,30% DE INFLACION
AÑO 5					
FLORES					
Heliconeas	5.231	\$ 1,17	\$ 6.119,94		
Maracas	5.231	\$ 1,01	\$ 5.283,02		
Ginger	5.231	\$ 1,17	\$ 6.119,94		
Musas	5.231	\$ 1,01	\$ 5.283,02		
Colgantes	5.231	\$ 0,84	\$ 4.393,80		
Ave del paraíso	5.231	\$ 0,67	\$ 3.504,58		
Anturios	5.231	\$ 0,84	\$ 4.393,80		
FOLLAJES					
Hoja Roja	8.945	\$ 0,34	\$ 3.041,33	74.545,97	80.733,29
Hoja Verde	8.945	\$ 0,34	\$ 3.041,33		
Hoja Morada	8.945	\$ 0,34	\$ 3.041,33		
Choclera	8.945	\$ 0,34	\$ 3.041,33		
Mirto	8.945	\$ 1,01	\$ 9.034,55		
Pecoso	8.945	\$ 0,34	\$ 3.041,33		
Chiflera	8.945	\$ 0,34	\$ 3.041,33		
Canoa	8.945	\$ 0,34	\$ 3.041,33		
Pitufo	8.945	\$ 0,34	\$ 3.041,33		
Bandano	8.945	\$ 0,34	\$ 3.041,33		
Cinta Finita	8.945	\$ 0,34	\$ 3.041,33		

El costo unitario de materia prima multiplicado por el número de cajas adquirida da como resultado el valor promedio de cada producto adquirido y sumado todos los valores promedios se obtiene como resultado el costo total de materia prima para todo el año.

Anexo N° 11

PROYECCIÓN DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS DEL PROYECTO

A continuación se detalla los precios unitarios de Cada caja de flores y follajes, proyectada para los cinco años siguientes.

**PROYECCIÓN DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS
AÑO 1**

PRESUPUESTO DE INGRESOS				
DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL US AÑO
AÑO 1				
FLORES				
Heliconias	4.280	\$ 1,58	\$ 6.762,45	
Maracas	4.280	\$ 1,35	\$ 5.778,04	
Ginger	4.280	\$ 1,58	\$ 6.762,45	
Musas	4.280	\$ 1,35	\$ 5.778,04	
Colgantes	4.280	\$ 1,13	\$ 4.836,43	
Ave del paraíso	4.280	\$ 0,90	\$ 3.852,03	
Anturios	4.280	\$ 1,13	\$ 4.836,43	
FOLLAJES				
Hoja Roja	7.319	\$ 0,45	\$ 3.293,69	81.423,90
Hoja Verde	7.319	\$ 0,45	\$ 3.293,69	
Hoja Morada	7.319	\$ 0,45	\$ 3.293,69	
Choclera	7.319	\$ 0,45	\$ 3.293,69	
Mirto	7.319	\$ 1,35	\$ 9.881,08	
Pecoso	7.319	\$ 0,45	\$ 3.293,69	
Chiflera	7.319	\$ 0,45	\$ 3.293,69	
Canoa	7.319	\$ 0,45	\$ 3.293,69	
Pitufo	7.319	\$ 0,45	\$ 3.293,69	
Bandano	7.319	\$ 0,45	\$ 3.293,69	
Cinta Finita	7.319	\$ 0,45	\$ 3.293,69	
TOTAL FLORES Y FOLLAJES	110.473			

**PROYECCIÓN DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS
AÑO 2**

PRESUPUESTO DE INGRESOS				
DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL US AÑO
AÑO 2				TOTAL US AÑO
FLORES				98.660,36
Heliconeas	4.500	\$ 1,82	\$ 8.190,48	
Maracas	4.500	\$ 1,55	\$ 6.975,41	
Ginger	4.500	\$ 1,82	\$ 8.190,48	
Musas	4.500	\$ 1,55	\$ 6.975,41	
Colgantes	4.500	\$ 1,30	\$ 5.850,34	
Ave del paraíso	4.500	\$ 1,04	\$ 4.680,27	
Anturios	4.500	\$ 1,30	\$ 5.850,34	
FOLLAJES				
Hoja Roja	7.696	\$ 0,52	\$ 4.001,89	
Hoja Verde	7.696	\$ 0,52	\$ 4.001,89	
Hoja Morada	7.696	\$ 0,52	\$ 4.001,89	
Choclera	7.696	\$ 0,52	\$ 4.001,89	
Mirto	7.696	\$ 1,55	\$ 11.928,71	
Pecoso	7.696	\$ 0,52	\$ 4.001,89	
Chiflera	7.696	\$ 0,52	\$ 4.001,89	
Canoa	7.696	\$ 0,52	\$ 4.001,89	
Pitufo	7.696	\$ 0,52	\$ 4.001,89	
Bandano	7.696	\$ 0,52	\$ 4.001,89	
Cinta Finita	7.696	\$ 0,52	\$ 4.001,89	
TOTAL FLORES Y FOLLAJES	116.157			

**PROYECCIÓN DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS
AÑO 3**

PRESUPUESTO DE INGRESOS				
DETALLE	# DE CAJAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL AÑO
AÑO 3				
FLORES				
Heliconeas	4.732	\$ 2,09	\$ 9.889,33	
Maracas	4.732	\$ 1,78	\$ 8.422,49	
Ginger	4.732	\$ 2,09	\$ 9.889,33	
Musas	4.732	\$ 1,78	\$ 8.422,49	
Colgantes	4.732	\$ 1,50	\$ 7.097,60	
Ave del paraíso	4.732	\$ 1,20	\$ 5.678,08	
Anturios	4.732	\$ 1,50	\$ 7.097,60	
FOLLAJES				
Hoja Roja	8.092	\$ 0,60	\$ 4.855,07	
Hoja Verde	8.092	\$ 0,60	\$ 4.855,07	
Hoja Morada	8.092	\$ 0,60	\$ 4.855,07	
Choclera	8.092	\$ 0,60	\$ 4.855,07	
Mirto	8.092	\$ 1,78	\$ 14.403,38	
Pecoso	8.092	\$ 0,60	\$ 4.855,07	
Chiflera	8.092	\$ 0,60	\$ 4.855,07	
Canoa	8.092	\$ 0,60	\$ 4.855,07	
Pitufo	8.092	\$ 0,60	\$ 4.855,07	
Bandano	8.092	\$ 0,60	\$ 4.855,07	
Cinta Finita	8.092	\$ 0,60	\$ 4.855,07	
TOTAL FLORES Y FOLLAJES	122.132			119.451,02

**PROYECCIÓN DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS
AÑO 4**

PRESUPUESTO DE INGRESOS				
DETALLE	# DE CAJAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL AÑO
AÑO 4				
FLORES				144.501,86
Heliconeas	4.975	\$ 2,40	\$ 11.940,05	
Maracas	4.975	\$ 2,05	\$ 10.198,79	
Ginger	4.975	\$ 2,40	\$ 11.940,05	
Musas	4.975	\$ 2,05	\$ 10.198,79	
Colgantes	4.975	\$ 1,73	\$ 8.606,78	
Ave del paraíso	4.975	\$ 1,38	\$ 6.865,53	
Anturios	4.975	\$ 1,73	\$ 8.606,78	
FOLLAJES				
Hoja Roja	8.508	\$ 0,69	\$ 5.870,40	
Hoja Verde	8.508	\$ 0,69	\$ 5.870,40	
Hoja Morada	8.508	\$ 0,69	\$ 5.870,40	
Choclera	8.508	\$ 0,69	\$ 5.870,40	
Mirto	8.508	\$ 2,05	\$ 17.441,05	
Pecoso	8.508	\$ 0,69	\$ 5.870,40	
Chiflera	8.508	\$ 0,69	\$ 5.870,40	
Canoa	8.508	\$ 0,69	\$ 5.870,40	
Pitufo	8.508	\$ 0,69	\$ 5.870,40	
Bandano	8.508	\$ 0,69	\$ 5.870,40	
Cinta Finita	8.508	\$ 0,69	\$ 5.870,40	
TOTAL FLORES Y FOLLAJES	128.411			

**PROYECCIÓN DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS
AÑO 5**

PRESUPUESTO DE INGRESOS				
DETALLE	# DE CAJAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL AÑO
AÑO 5				
FLORES				174.474,29
Heliconeas	5.231	\$ 2,76	\$ 14.436,77	
Maracas	5.231	\$ 2,36	\$ 12.344,49	
Ginger	5.231	\$ 2,76	\$ 14.436,77	
Musas	5.231	\$ 2,36	\$ 12.344,49	
Colgantes	5.231	\$ 1,99	\$ 10.409,12	
Ave del paraíso	5.231	\$ 1,59	\$ 8.316,84	
Anturios	5.231	\$ 1,99	\$ 10.409,12	
FOLLAJES				
Hoja Roja	8.945	\$ 0,79	\$ 7.066,63	
Hoja Verde	8.945	\$ 0,79	\$ 7.066,63	
Hoja Morada	8.945	\$ 0,79	\$ 7.066,63	
Choclera	8.945	\$ 0,79	\$ 7.066,63	
Mirto	8.945	\$ 2,36	\$ 21.110,43	
Pecoso	8.945	\$ 0,79	\$ 7.066,63	
Chiflera	8.945	\$ 0,79	\$ 7.066,63	
Canoa	8.945	\$ 0,79	\$ 7.066,63	
Pitufo	8.945	\$ 0,79	\$ 7.066,63	
Bandano	8.945	\$ 0,79	\$ 7.066,63	
Cinta Finita	8.945	\$ 0,79	\$ 7.066,63	
TOTAL FLORES Y FOLLAJES	135.011			

ANEXO 12

PRESUPUESTO DE INGRESO MENSUAL

A continuación se detalla los precios unitarios de Cada caja de flores y follajes, multiplicado por el número de cajas vendidas al mes con el fin de obtener el ingreso mensual.

PRESUPUESTO DE INGRESO MENSUAL

PRESUPUESTO DE INGRESO MENSUAL				
DETALLE	# DE CAJAS ADQUIRIDAS	VALOR UNIT.	VALOR P.	V. TOTAL US MES
INGRESO MENSUAL				6.785,33
FLORES				
Heliconeas	357	\$ 1,58	\$ 563,54	
Maracas	357	\$ 1,35	\$ 481,50	
Ginger	357	\$ 1,58	\$ 563,54	
Musas	357	\$ 1,35	\$ 481,50	
Colgantes	357	\$ 1,13	\$ 403,04	
Ave del paraíso	357	\$ 0,90	\$ 321,00	
Anturios	357	\$ 1,13	\$ 403,04	
FOLLAJES				
Hoja Roja	610	\$ 0,45	\$ 274,47	
Hoja Verde	610	\$ 0,45	\$ 274,47	
Hoja Morada	610	\$ 0,45	\$ 274,47	
Choclara	610	\$ 0,45	\$ 274,47	
Mirto	610	\$ 1,35	\$ 823,42	
Pecoso	610	\$ 0,45	\$ 274,47	
Chiflera	610	\$ 0,45	\$ 274,47	
Canoa	610	\$ 0,45	\$ 274,47	
Pitufo	610	\$ 0,45	\$ 274,47	
Bandano	610	\$ 0,45	\$ 274,47	
Cinta Finita	610	\$ 0,45	\$ 274,47	
TOTAL FLORES Y FOLLAJES	9.206			

ANEXO 13

ROL DE PAGOS "SAN JOSE"

RESUMEN PAGO REMUNERACIONES					
MOD	Remunerar	MOI	Remunerar	PERSONAL	Remunerar
	anual		anual	ADM.	anual
Vendedores	3.050,72	Chofer	3050,72	Gerente General	3.763,40
		Guardia	3050,72		
Total	3.050,72	Total	3.050,72		3.763,40
TOTAL DE REMUNERACIONES					9.864,84

ROL DE PAGOS

ROL DE PAGOS "SAN JOSE"						
Cargo	Salario	13 Sueldo	14 Sueldo	Total	IESS	T. Liquido
	Anual			ingresos	9,35%	
Gerente General	3600	300	200	4100	336,60	3.763,40
Guardia	2880	240	200	3320	269,28	3.050,72
Vendedores	2880	240	200	3320	269,28	3.050,72
Chofer	2880	240	200	3320	269,28	3.050,72
	12240	1020	800	14060	1.144,44	12.915,56

ANEXO 14**PRECIO POR CAJA DE FLORES Y FOLLAJES QUE OFRECE LAS FINCAS PRODUCTORAS A LOS MERCADOS MINORISTAS Y FLORISTERIAS**

FLORES	PRECIO POR CAJA (12 Unidades por caja)
Heliconias	\$ 1,75
Maracas	\$ 1,50
Ginger	\$ 1,75
Musas	\$ 1,50
Colgantes	\$ 1,25
Ave del paraíso	\$ 1,00
Anturios	\$ 1,25

FOLLAJES	PRECIO POR CAJA (12 Unidades por caja)
Hoja Roja	\$ 0,50
Hoja Verde	\$ 0,50
Hoja Morada	\$ 0,50
Choclera	\$ 0,50
Mirto	\$ 1,50
Pecoso	\$ 0,50
Chiflera	\$ 0,50
Canoa	\$ 0,50
Pitufo	\$ 0,50
Bandano	\$ 0,50
Cinta Finita	\$ 0,50