



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO DE FLORES ORNAMENTALES DE
EXPORTACIÓN UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA
PROVINCIA DE COTOPAXI, EN EL PERIODO 2012”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

Autor:

Rocha Toapanta Héctor Marcelo.

Director:

Ing. Tinajero Cristian Fabricio.

Latacunga – Ecuador
Julio – 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, el postulante: Héctor Marcelo Rocha Toapanta.

Con el título de tesis: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE FLORES ORNAMENTALES DE EXPORTACIÓN UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI, EN EL PERIODO 2012”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 25 Julio 2012

Para constancia firman:

.....
Ing. Wilson Trávez.
PRESIDENTE

.....
Ing. Edgar Gálvez.
MIEMBRO

.....
Ing. Ruth Hidalgo
OPOSITOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE FLORES ORNAMENTALES DE EXPORTACIÓN UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI, EN EL PERIODO 2012”, de Héctor Marcelo Rocha Toapanta., postulante de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 25 Julio 2012

El Director

.....

Ing. Cristian Fabricio Tinajero.

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE FLORES ORNAMENTALES DE EXPORTACIÓN UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI, EN EL PERIODO 2012”, es de exclusiva responsabilidad del autor.

.....

Rocha Toapanta Héctor Marcelo.

C.I. 050250324-5

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento está dirigido a Dios todo poderoso, por concederme el don de la vida y poder culminar una etapa más en este mundo terrenal, a la Universidad Técnica de Cotopaxi, a sus maestros, facilitadores, compañeros y de manera especial al Ing. Cristian Tinajero, quién con sus conocimientos, experiencias y sabios consejos supo guiar paso a paso para la elaboración del presente trabajo investigativo.

Héctor Marcelo.

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo está dedicado a mis padres: Fausto y Laura, a mis hermanos, mi esposa Mónica y de manera muy especial a mis hijos: Héctor Daniel y Cristian Marcelo quienes son mi razón de vivir y fuente de inspiración para culminar con éxito el presente trabajo.

Héctor Marcelo.

TEMA: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE FLORES ORNAMENTALES DE EXPORTACIÓN UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI, EN EL PERIODO 2012”.

Autor:

Rocha Toapanta Héctor Marcelo.

RESUMEN

El presente trabajo investigativo titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE FLORES ORNAMENTALES DE EXPORTACIÓN UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, está enfocado en realizar un análisis crítico de todos los aspectos relacionados con la comercialización y exportación de las flores ecuatorianas, mismas que son consideradas como embajadoras de belleza, calidad y riqueza en todo el mundo.

El objetivo general del presente trabajo fue: Diseñar y evaluar un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de flores ornamentales de exportación, ubicado en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, que permita a los pequeños floricultores de la provincia tener más oportunidades de comercializar sus productos en el exterior a precios justos, y así, mejorar la situación económica de este importante sector agrícola de Cotopaxi y colaborar con el buen vivir de la sociedad.

Para cumplir con el objetivo propuesto y afianzar la investigación, se consideró procedente realizar un estudio de mercado, estudio técnico y financiero, con la finalidad de determinar la factibilidad y garantizar la rentabilidad del negocio, los métodos utilizados en el levantamiento de la información de campo y documental fueron: analítico, inductivo y sintético, a través, de los cuales se establecieron juicios y criterios relacionados al objeto de estudio, y por último la metodología

de estudio utilizada fue la estadística descriptiva, mediante la cual se representó gráficos y tabulaciones numéricas relacionadas con el comportamiento de las variables del mercado.

El presente trabajo investigativo pretende convertirse en una herramienta que garantice la inversión económica que apunte a mejorar la competitividad y la asignación de los recursos, mediante la aplicación de instrumentos técnicos que permitan conocer las necesidades esenciales para la creación de nuevas empresas o negocios.

Por último, a través, de esta propuesta o idea de negocio, se pretende que los habitantes de la provincia de Cotopaxi, tengan más oportunidades de trabajo logrando de esta manera dinamizar la economía, mejorar el ingreso de divisas al Ecuador y equilibrar la balanza comercial de nuestro país y de esta forma contribuir con la desarrollo de la sociedad y sobre todo generar beneficios económicos para los mentalizadores del proyecto.

THEAM: “PROJECT OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COLLECTION CENTER EXPORT ORNAMENTAL FLOWER LOCATED IN THE CITY OF LATACUNGA COTOPAXI PROVINCE”.

AUTHORS:

Rocha Toapanta Héctor Marcelo.

SUMMARY

This research work entitled "**PROJECT FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COLLECTION CENTER EXPORT ORNAMENTAL FLOWERS LOCATED LATACUNGA CITY COTOPAXI PROVINCE**", is focused on a critical analysis of all aspects of marketing and Ecuadorian exports of flowers, which are regarded as same ambassadors of beauty, quality and wealth worldwide.

The overall objective of this study was: To design and evaluate a feasibility project to create a collection center for export of ornamental flowers, located Latacungacity Cotopaxi province, which allow to the small growers in the province have more opportunities to market their products abroad at fair prices, and thus improve the economic situation of this important agricultural sector of Cotopaxi and collaborate with the good life of society.

To meet the proposed target and strengthen the research, i considered a study from market, technical study and financial study, in order to determine the feasibility and ensure profitability, the methods used in gathering field data and documentary were:, analytical, inductive and synthetic, by, from which judgments and criteria established for the purpose of study, and finally the study methodology used was descriptive statistics, which are represented by graphical and numerical tabulations related to the behavior of the variables of the market.

This research work aims to become in a tool to ensure economic investment aimed at improving competitiveness and the allocation of resources through the application of technical tools that allow know the essential needs for creation of new companies or businesses.

Finally, through of this proposal or business idea is to allow the inhabitants of the Cotopaxi province, have more job opportunities thus achieving boost the economy, improve foreign exchange earnings to Ecuador and the balance of trade of our country and thus contribute to the development of society and especially economic benefits for the project originators.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DEL CENTRO DE IDIOMAS

En calidad de Docente del Centro de Idiomas de la UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI, certifico haber revisado el resumen en inglés del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE FLORES ORNAMENTALES DE EXPORTACIÓN UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI, EN EL PERIODO 2012”, de Héctor Marcelo Rocha Toapanta, postulante de Ingeniería Comercial.

Atentamente,

Lic. Vladimir Sandoval.

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS.

Latacunga a, 25 de julio de 2012

ÍNDICE

CAPÍTULO I	3
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	3
1.1 GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA.....	3
1.1.1 Importancia de la Gestión Administrativa	4
1.1.2 Función de la Gestión Administrativa	5
1.2 LA GESTIÓN FINANCIERA	5
1.2.1 Importancia de la Gestión Financiera	6
1.3 EL PROCESO ADMINISTRATIVO.....	6
1.3.1 Planificar	7
1.3.2 Organizar	7
1.3.3 Dirigir.....	8
1.3.4 Controlar	8
1.4 PROYECTO	8
1.4.1 Proyectos de Inversión	9
1.4.2 Etapas de un Proyecto de Inversión	9
1.4.2.1 Etapa de Idea	10
1.4.2.2 Etapa de Pre-Inversión.....	10
Perfil	11
Pre-Factibilidad	11
Factibilidad	11
1.4.2.3 Etapa de Inversión	12
1.4.2.4 Etapa de Operación.....	12
1.4.3 Tipos de Proyectos de Inversión	12
1.4.4 Componentes de un Proyecto	13
1.5 ESTUDIO DE MERCADO	14
1.5.1 Segmentación de Mercado	15
1.5.2 Análisis de la Demanda	16
1.5.2.1 Proyección de la Demanda	16
1.5.3 Análisis de la Oferta	16
1.5.3.1 Proyeccion de la Oferta.....	16
1.5.4 Análisis de la Demanda Insatisfecha	17
1.5.5 Análisis de Precios	17
1.5.6 Análisis de Comercialización	18
1.6 ESTUDIO TÉCNICO	18
Macro Localización.....	19
1.6.1.1 Tamaño	19
Factores que Determinan el Tamaño de un Proyecto	20
1.6.1.2 Localización	21
Macro Localización	22
Micro Localización	22
1.6.1.3 Ingeniería del Proyecto	22
1.6.1.4 Requerimientos del Proyecto	24
1.7 IMPACTO AMBIENTAL	24
1.7.1 Importancia Del Impacto Ambiental	25
1.7.2 Elementos de Estudio Del Impacto Ambiental.....	25
1.7.2.1 El Aire	26

1.7.2.2	El Agua.....	26
1.7.2.3	El Suelo.....	26
1.7.3	Matriz De Leopold	27
1.8	ESTUDIO FINANCIERO	27
1.8.1	Inversión Inicial	28
1.8.2	Componentes de la Inversión.....	28
1.8.2.1	Inversión Fija.....	28
1.8.2.2	Inversión Diferida.....	29
1.8.2.3	Capital de Trabajo.....	29
1.8.3	Financiamiento.....	29
1.8.3.1	Fuentes Propias.....	30
1.8.3.2	Fuentes Secundarias.....	30
1.8.4	Costos de Producción.....	30
1.8.4.1	Costos Fijos	30
1.8.4.2	Costos Variables	31
1.8.5	Punto de Equilibrio	31
1.8.6	Estados Financieros	31
	Balance General.....	32
	Estado de Resultados	32
	Estado de Flujo de Caja	32
1.9	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	32
1.9.1	Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable (TMAR)	33
1.9.2	Valor Actual Neto (VAN).....	33
1.9.3	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	33
1.9.4	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	34
1.9.5	Relación Costo Beneficio (R C/B).....	34
1.9.6	Análisis de Sensibilidad.....	34

CAPÍTULO II 36

2.	ESTUDIO DE MERCADO	36
2.1	ANÁLISIS SITUACIONAL.....	36
2.1.1	Macro Ambiente	36
2.1.1.1	Factor Económico.....	36
2.1.1.2	Factor Tecnológico	39
2.1.1.3	Factor Político Legal.....	39
2.1.1.4	Factor Demográfico	39
2.1.1.5	Factor Sociocultural.....	40
2.1.2	Micro Ambiente	40
2.1.2.1	La Competencia.....	40
2.1.2.2	Clientes	41
2.1.2.3	Proveedores	41
2.2	ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN	42
2.2.1	Formulación del Problema.....	42
2.2.3	Justificación	44
2.2.4	Objetivos	44
2.2.5	Tipo de Investigación.....	45
2.2.6	Fuentes de Información	45
2.2.6.1	Fuentes de Información Primarias	45

2.2.6.2	Fuentes de Información Secundarias	46
2.2.7	Métodos	46
2.2.7.1	Métodos Teóricos	46
2.2.7.2	Métodos Empíricos	47
2.2.7.3	Métodos Estadísticos	48
2.2.8	Población – Universo de Investigación	48
2.2.8.1	Muestra	49
2.2.9	Análisis e Interpretación de los Instrumentos	52
2.2.10	Análisis e Interpretación de Resultados	67
2.3	DEFINICIÓN DE PRODUCTOS	68
2.3.1	Acopio de Flores	68
2.3.2	Exportación	73
2.4	MERCADO META	73
2.4.1	Variables Geográficas	73
2.4.2	Variables Socioeconómicas	74
2.4.3	Variables Piscó Geográficas	74
2.5	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	75
2.5.1	Demanda Actual	76
2.5.2	Proyección de la Demanda	77
2.6	Análisis de la oferta	78
2.6.1	OFERTA ACTUAL	78
2.6.2	Oferta Propuesta	79
2.7	DEMANDA INSATISFECHA	80
2.8	ANÁLISIS DE PRECIOS	82
2.8.1	Precios Históricos	82
2.8.2	Fijación de Precios	82
2.8.3	Proyección de Precios	82
2.9	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	83
2.9.1	Canal de Distribución	83

CAPITULO III 85

3.	FACTIBILIDAD DEL PROYECTO	85
3.1	ESTUDIO TÉCNICO	85
3.1.1	Análisis del Tamaño	85
3.1.1.1	Tamaño en Función del Mercado	85
3.1.1.2	Tamaño en Función del Financiamiento	86
3.1.1.3	Tamaño en Función de la Disponibilidad de Mano de Obra	87
3.1.2	Tamaño Propuesto	88
3.1.3	Plan de Producción	89
3.1.4	Localización	90
3.1.4.1	Macro Localización	90
3.1.4.2	Micro localización	91
3.1.5	Layout	93
3.1.6	Ingeniería del Proyecto	98
3.1.6.1	Proceso Productivo	98
	Descripción de Proceso Productivo	98
3.1.7	Requerimientos del Proyecto	120
3.1.8	Propuesta Administrativa	125

3.1.8.1	Razón Social	125
3.1.8.2	Constitución Jurídica	125
3.1.8.3	Estructura Organizacional.....	126
3.1.8.4	Funciones Administrativas.....	128
3.1.9	Direccionamiento Estratégico.....	134
3.1.9.1	Misión.....	134
3.1.9.2	Visión	135
3.1.9.3	Valores Corporativos	135
3.1.9.4	Principios Corporativos.	136
3.1.9.5	Objetivos Estratégicos	136
3.1.9.6	Estrategias.....	137
3.2	IMPACTO AMBIENTAL	138
3.2.1.1	El Aire.....	139
3.2.1.2	El Agua	139
3.2.1.3	El Suelo.....	140
3.3	ESTUDIO FINANCIERO.....	142
3.3.1	Inversión Inicial	142
3.3.2	Cronograma de Inversiones	144
3.3.3	Financiamiento.....	146
3.3.3.1	Fuentes Propias.....	146
3.3.3.2	Fuentes secundarias	146
3.3.4	Costos de Producción.....	147
3.3.4.1	Costos Unitarios de Producción.....	152
3.3.5	Presupuestos de Ingresos	153
3.3.5.1	Ingresos Proyectados	153
3.3.6	Punto de Equilibrio	154
3.3.7	Estados Financieros	156
3.3.7.1	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	157
3.3.7.2	Estado de Situación Financiera	158
3.3.7.3	Flujo de Caja o Cash Flow.....	159
3.4	EVALUACIÓN FINANCIERA	160
3.4.1	Tasa de Rendimiento Aceptable (TMAR)	160
3.4.2	Valor Actual Neto (VAN).....	160
3.4.3	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	161
3.4.4	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	162
3.4.5	Relación Costo Beneficio	162
3.4.6	Análisis de Sensibilidad.....	163
3.4.7	Análisis de los Estados Financieros	164
3.4.7.1	Razón de liquidez	164
3.4.7.2	Razón de Endeudamiento	165
3.4.7.3	Apalancamiento Financiero	165
3.4.8	Razón de rentabilidad	166
3.4.8.1	Margen de utilidad neta	166
3.4.8.2	Rendimiento del patrimonio	166
3.4.8.3	Rendimiento de la Inversión	167
3.4.9	Análisis Socio Económico	167
3.5	CONCLUSIONES	169
3.6	RECOMENDACIONES.....	171
3.7	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	172

3.7.1	Bibliografía Citada.....	172
3.7.2	Bibliografía Consultada	173
3.7.3	Bibliografía Virtual.....	174

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1:	Proceso Administrativo.....	7
Gráfico N° 2	Etapas De Un Proyecto De Inversión.....	10
Gráfico N° 3:	Elementos Del Estudio De Mercado.....	15
Gráfico N° 4:	Elementos Del Estudio Técnico.....	19
Gráfico N° 5:	Conocimiento Del Servicio.....	52
Gráfico N° 6:	Uso Del Servicio.....	54
Gráfico N° 7	Consumo Mensual.....	55
Gráfico N° 8:	Volumen De Producción.....	56
Gráfico N° 9:	Precio Promedio Del Mercado.....	57
Gráfico N° 10:	Preferencia De Ubicación.....	58
Gráfico N° 11:	Tipo De Cultivo.....	59
Gráfico N° 12:	Perspectiva Del Negocio.....	60
Gráfico N° 13:	Tipo De Flor.....	61
Gráfico N° 14:	Volumen De Compras.....	62
Gráfico N° 15:	Procedencia De Las Flores.....	63
Gráfico N° 16:	Precios De Compra.....	64
Gráfico N° 17:	Destino De Las Ventas.....	65
Gráfico N° 18:	Disposición Por Utilizar El Servicio.....	66
Gráfico N° 19:	Proyección De La Demanda.....	77
Gráfico N° 20:	Proyeccion De La Oferta.....	80
Gráfico N° 21	Macrolocalizacion.....	91
Gráfico N° 22	Microlocalización.....	93
Gráfico N° 23	Distribución En Planta.....	95
Gráfico N° 24	Cadena De Valor.....	99
Gráfico N° 25:	Diagrama De Flujo Para Armar La Base De Datos De Los Proveedores.....	101
Gráfico N° 26:	Diagrama De Flujo Para Calificar A Los Proveedores.....	103
Gráfico N° 27:	Diagrama De Flujo Para Establecer Convenio Con Proveedores.....	105
Gráfico N° 28:	Diagrama De Flujo Para Subproceso De La Recepción Del Producto.....	107
Gráfico N° 29:	Diagrama De Flujo Para Subproceso De Almacenamiento.....	109
Gráfico N° 30:	Diagrama De Flujo Del Subproceso Para Armar La Base De Datos.....	111
Gráfico N° 31:	Diagrama De Flujo Del Subproceso Para Presentar La Empresa En El Mercado.....	113
Gráfico N° 32:	Diagrama De Flujo Para La Recepción De Pedidos.....	115
Gráfico N° 33:	Diagrama De Flujo Para El Despacho Del Producto.....	117
Gráfico N° 34:	Diagrama De Flujo Para Realizar Las Cobranzas.....	119

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Inflación Anual	37
Cuadro N° 2: Tasas de Interès Activas Efectivas y Participaciòn	37
Cuadro N° 3: Producción de Flores por Provincias a Nivel Nacional	38
Cuadro N° 4: Principales Países de Destino de las Flores Ecuatorianas	41
Cuadro N° 5: Proveedores	42
Cuadro N° 6: Pequeños Floricultores de la Provincia de Cotopaxi	49
Cuadro N° 7: Distribución Muestral Broker's	50
Cuadro N° 8: Planificación del Trabajo de Campo	51
Cuadro N° 9: Conocimiento del Servicio en el Mercado	52
Cuadro N° 10: Utilización del Servicio	54
Cuadro N° 11: Frecuencia de Consumo	55
Cuadro N° 12: Producción	56
Cuadro N° 13: Precio Promedio	57
Cuadro N° 14: Ubicación	58
Cuadro N° 15: Tipo de Cultivo	59
Cuadro N° 16: Situación Económica	60
Cuadro N° 17: Flor Comercializada	61
Cuadro N° 18: Promedio de Compra	62
Cuadro N° 19: País de Procedencia	63
Cuadro N° 20: Precios de Compra	64
Cuadro N° 21: País de Destino	65
Cuadro N° 22: Utilización del Servicio	66
Cuadro N° 23: Mercado Meta	75
Cuadro N° 24: Demanda Actual	76
Cuadro N° 25: Demanda Actual por Productos	76
Cuadro N° 26: Demanda Proyectada	77
Cuadro N° 27: Oferta Actual	78
Cuadro N° 28: Oferta por Productos	79
Cuadro N° 29: Oferta Proyectada	79
Cuadro N° 30: Demanda Insatisfecha	81
Cuadro N° 31: Precios en el Mercado en Dólares	82
Cuadro N° 32: Proyección de Precios	83
Cuadro N° 33: Canal de Distribución	83
Cuadro N° 34: Principales Empresas Florícolas de la Provincia de Cotopaxi	84
Cuadro N° 35: Tamaño en Función del Mercado	86
Cuadro N° 36: Fuentes de Financiamiento	86
Cuadro N° 37: Mano de obra Requerida	87
Cuadro N° 38: Tamaño Propuesto en Número de Cajas	88
Cuadro N° 39: Plan de Producción	89
Cuadro N° 40: Matriz de Localización	92
Cuadro N° 41: Sub Proceso Para Base de Datos Proveedores	100
Cuadro N° 42: Subproceso de Actividades Paracalificar al Proveedor	102
Cuadro N° 43: Subproceso de Actividades Establecer Convenio con Proveedores	104
Cuadro N° 44: Subproceso Para la Recepción del Producto	106
Cuadro N° 45: Subproceso de Actividades Para el Almacenamiento	108
Cuadro N° 46: Subproceso de Actividades Para Armar la Base de Datos	110

Cuadro N° 47: Subproceso de Actividades Para Presentar la Empresa en el Mercado..	112
Cuadro N° 48: Subproceso de Actividades Para la Recepción de Pedidos.....	114
Cuadro N° 49: Subproceso de Actividades Para el Despacho del Producto	116
Cuadro N° 50: Subproceso de Actividades Para Realizar las Cobranzas	118
Cuadro N° 51: Terreno.....	120
Cuadro N° 52: Edificios y Construcciones.....	120
Cuadro N° 53: Maquinaria y Equipo.....	121
Cuadro N° 54: Mano de Obra	121
Cuadro N° 55: Materia Prima.....	121
Cuadro N° 56: Equipo de Cómputo	122
Cuadro N° 57: Equipo de Oficina	122
Cuadro N° 58: Muebles y Enceres	122
Cuadro N° 59: Gastos Administrativos	123
Cuadro N° 60: Gastos Diferidos.....	123
Cuadro N° 61: Útiles de Aseo	124
Cuadro N° 62: Menaje y Lencería.....	124
Cuadro N° 63: Organigrama Estructural	127
Cuadro N° 64: Matriz de Impacto Ambiental Leopold.	141
Cuadro N° 65: Inversión Inicial	143
Cuadro N° 66: Cronograma de Inversiones.....	145
Cuadro N° 67: Características del Crédito	146
Cuadro N° 68: Amortización de la Deuda.....	147
Cuadro N° 69: Costo de Producción Para la Comercialización de Rosas.....	148
Cuadro N° 70: Costo de Producción Para la Comercialización de Claveles.....	149
Cuadro N° 71: Costo de Producción Para la Comercialización de Flores de Verano	150
Cuadro N° 72: Costo Total de Producción	151
Cuadro N° 73: Costo Unitarios de Producción Para la Comercialización de Rosas	152
Cuadro N° 74: Costo Unitarios de Producción Para la Comercialización de Claveles ..	152
Cuadro N° 75: Costo Unitarios de Producción Para la Comercialización de Flores de Verano	153
Cuadro N° 76: Ingresos Proyectados.....	154
Cuadro N° 77: Punto de Equilibrio Para la Comercialización de Rosas.....	155
Cuadro N° 78: Punto de Equilibrio Para la Comercialización de Clavel	155
Cuadro N° 79: Punto de Equilibrio Para la Comercialización de Flores de Verano	156
Cuadro N° 80: Estado de Pérdidas y Ganancias	157
Cuadro N° 81: Estado de Situación Financiera	158
Cuadro N° 82: Flujo de Caja o Cash Flow	159
Cuadro N° 83: Tasa Mínima Aceptable de Retorno (Tmar).....	160
Cuadro N° 84: Cálculo del Van.....	161
Cuadro N° 85: Ingresos y Costos Actualizados.....	162
Cuadro N° 86: Escenarios del Proyecto	163

INDICE DE FIGURAS

Figura N°1.....	69
Prototipo de Centro de Acopio.....	69
Figura N°2.....	70
Sala de Post Cosecha.....	70
Figura N°3.....	71
Iluminación de Sala de Post Cosecha.....	71
Figura N°4.....	71
Mesa de Clasificación.....	71
Figura N°5.....	72
Recipientes Para el Tratamiento.....	72
Figura N°6.....	72
Cuartos Fríos.....	72

ANEXOS

Anexo N°1.....	194
Encuesta Dirigida a los Pequeños Floricultores de la Provincia de Cotopaxi.....	194
Anexo N°2.....	196
Cuestionario Dirigido a Brokers.....	196
Anexo N°3.....	197
Calculo de la Mano de Obra Directa.....	197
Calculo del Gasto Administrativo.....	197
Anexo N°4.....	198
Cálculo de la Depreciación.....	198
Anexo N°5.....	198
Cálculo del Valor Remanente.....	198
Anexo N°6.....	198
Calculo de la Amortización.....	198
Anexo N°7.....	198
Tasa Interna de Retorno 2.....	198
Anexo N°8.....	199
Calculo del Van 2.....	199

INTRODUCCIÓN

En un mundo marcado por la competitividad, el comercio exterior es el escenario que ofrece mayores perspectivas de desarrollo y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas a nivel mundial, ya que hoy en día las distancias y tiempos han sido rápidamente reducidos gracias a la tecnología y al comercio electrónico, mismo que brinda la posibilidad de realizar comunicaciones a gran velocidad que ayudan a las empresas a crear sociedades y alianzas estratégicas que permiten generar la tan anhelada inserción global competitiva.

Bajo estas consideraciones, se decidió plantear la realización del Proyecto de Factibilidad para la Creación de un Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación ubicado en la ciudad de Latacunga Provincia de Cotopaxi, teniendo en cuenta que el presente trabajo investigativo tiene como objetivo, evaluar y determinar la creación o no del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, desde un punto de vista social, económico y financiero, sustentado en las principales concepciones teóricas sobre proyectos de inversión que permita establecer un modelo de gestión y dar sustento científico a la investigación.

Para el desarrollo de la investigación se considerara como unidad de estudio o universo a los pequeños y medianos productores de flores ornamentales de la Provincia, utilizando como metodología de investigación las fuentes información primaria a través de las encuestas, con el fin de tener una idea clara de las particularidades y falencias del sector productor y exportador de flores antes de incursionar en el, así como también fuentes secundarias mismas que implicaran la recolección de información que tenga relación con el tema de investigación.

La modalidad o tipo de investigación a utilizar será la cuali-cauntitaiva puesto que la misma permitirá analizar, medir y cuantificar las diversas variables y acontecimientos del mercado; además, los métodos a utilizar serán el inductivo, analítico y sintético ya que los mismos permitirán ampliar y profundizar de mejor manera juicios y criterios que determinen la factibilidad o no del proyecto. Por

último el presente trabajo investigativo está estructurado o compuesto por tres capítulos, mismos que se detallan a continuación:

En el capítulo I, se detalla y analiza las principales concepciones teóricas con sus respectivas citas textuales sobre proyectos de inversión.

En el capítulo II, se destaca el análisis real del mercado y su entorno sustentado y respaldado en las fuentes de información primarias y secundarias consideradas en la investigación.

En el capítulo III, se establece técnica, económica y financieramente si el negocio es viable o no, es decir se determina la factibilidad del proyecto.

Finalmente se logra establecer las conclusiones y recomendaciones concretas referentes al proyecto, complementado con las referencias bibliográficas y anexos.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Gestión Administrativa y Financiera

La Administración es una disciplina que ha ido evolucionando de la mano con el hombre, ya que la misma ha existido desde la antigüedad de alguna u otra manera, tras la necesidad de coordinar acciones y tomar decisiones que busquen la satisfacción del ser humano que permitan adaptarse a los cambios constantes de la sociedad.

La gestión administrativa en la actualidad ha ganado gran trascendencia dentro de la vida del ser humano, ya que la misma se ha constituido en un fundamento indispensable que permite al individuo poner en práctica todas sus habilidades y destrezas en búsqueda del cumplimiento de metas y objetivos acorde a sus necesidades y naturaleza.

Para CAROD, Miguel (2008) “la gestión administrativa es la acción y efecto de gestionar o de administrar, es ganar, es hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera, tomando en cuenta al conjunto de actividades de dirección y administración de una empresa logrando coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos”

URIBE, Augusto (2000) manifiesta que la “gestión administrativa se entiende como un conjunto de diligencias que se realizan para desarrollar un proceso o para lograr un producto determinado. Se asume como dirección y gobierno, actividades para hacer que las cosas funcionen, con capacidad para generar procesos de transformación de la realidad”.

Por tal razón la gestión administrativa está estrechamente relacionada con el desarrollo de las actividades y funciones que todo líder requiere para evaluar y

regular continuamente sus acciones dentro la sociedad, para que de esta manera pueda materializar sus objetivos y cambiar su realidad.

En si la gestión administrativa, dentro de toda organización permite al líder tomar parte activa en el proceso decisorio, considerando metodologías, mecanismos y alternativas a utilizar dentro de la empresa, con el objeto de lograr acciones trascendentales que agreguen valor y faciliten el logro de objetivos, a través del trabajo en equipo que permita establecer propósitos, políticas, estrategias y planes con el fin de ponerlos en práctica y así coadyuvar al cumplimiento de los fines planteados

1.1.1 Importancia de la Gestión Administrativa

Según AMARO, Raimundo (1998) “La gestión administrativa tiene entre sus tareas esenciales la adaptabilidad de la organización a los cambios, con el propósito de incrementar las ventajas competitivas y lograr los objetivos de cobertura y calidad. Esta gestión, que es de todos promoverá un ambiente de trabajo agradable donde la ética el trabajo en equipo la disciplina y el compromiso serán sus derroteros para el cumplimiento de los objetivos institucionales”.

La importancia de la gestión administrativa radica en que la misma facilita a los administradores establecer un modelo de gestión, que permita a todos los miembros de la organización, adaptarse a los cambios que se consideren necesarios realizar en búsqueda del cumplimiento de logros y objetivos, teniendo en cuenta la coordinación e integración de actividades de todo el grupo humano, enmarcados en la calidad e innovación organizacional.

De hecho, la gestión administrativa dentro de la organización es de gran trascendencia, dado que permite generar cambios constantes que conllevan a la empresa a promover la disciplina y compromiso del trabajo en equipo, con el fin de minimizar y coordinar tareas enmarcadas en el cumplimiento integral de los objetivos planteados.

1.1.2 Función de la Gestión Administrativa

Las funciones más trascendentales de la gestión administrativa, es vigilar y evaluar que se cumplan con eficiencia y eficacia todo lo planificado dentro de un plan estratégico (misión y visión), y así alcanzar los objetivos planteados mediante la participación de todos los involucrados, a través del aprovechamiento de todos los recursos con los que dispone la organización.

Dicha organización tenga debidamente redactada y difundida su misión y visión, la que contendrá básicamente una referencia a sus objetivos fundamentales y a su filosofía organizacional, que la identifique y diferencie de otras instituciones similares.

Esta organización formule y ejecute con responsabilidad y compromiso su plan estratégico de desarrollo institucional, contando con amplia participación de los actores involucrados, dicho plan debe partir de una visión, misión, principios y valores institucionales y especificar los objetivos y programas, manteniendo la debida coherencia con la misión organizacional.

Los objetivos, metas, programas y proyectos tengan un grado de cumplimiento de al menos en un 80% anual de lo planificado.

1.2 La Gestión Financiera

Según SAPAG, Nassir (2001) “La gestión financiera de los directivos se caracteriza por la búsqueda permanente de mecanismos que posibiliten la creación y mantenimiento del valor mediante la asignación y uso eficiente de los recursos”.

La gestión financiera permite a la alta gerencia o a los responsables del área financiera tomar decisiones trascendentales relacionadas con el manejo, control, uso y asignación eficiente de los recursos económicos con los que dispone la

organización para cumplir con sus actividades productivas y así sacarle el mayor rendimiento al dinero invertido.

La gestión financiera compete el establecimiento de políticas económicas que faciliten la búsqueda y comprensión simplificada de la realidad económica de la empresa, con el fin de establecer un proceso decisorio óptimo para la asignación de recursos que tenga como objetivo maximizar las ganancias e influir positivamente al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

1.2.1 Importancia de la Gestión Financiera

La gestión financiera, es importante porque permite a los altos directivos tomar decisiones administrativas de gran importancia relacionadas con el manejo eficaz y eficiente recursos económicos de la organización, respaldado en el alto grado de confiabilidad y consecución de las personas creadoras, responsables y ejecutoras el plan financiero.

La importancia de la gestión financiera, radica en que esta no solo evalúa la disponibilidad o no de dinero, sino más bien, provee herramientas e información necesaria para la consecución de nuevas políticas financieras que permitan realizar una excelente gestión a futuro, en el caso de probables faltas o excesos de dinero (déficit o superávit).

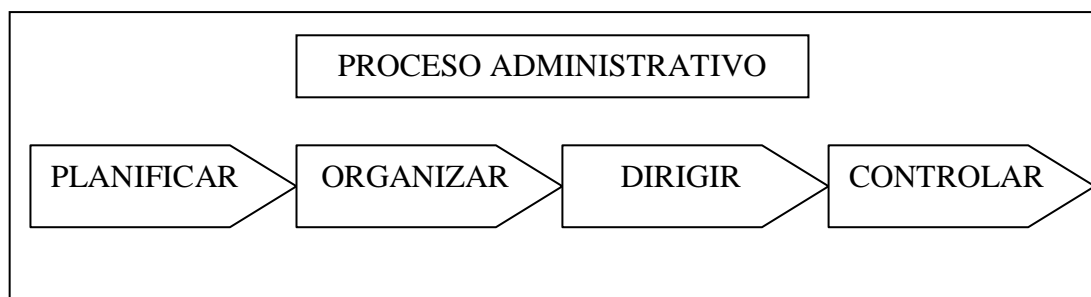
1.3 El Proceso Administrativo

Para CHIAVENATO, Idalberto (2000) El proceso administrativo es la “Administración en acción, o también es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral”.

En sí, el proceso administrativo es una combinación de actividades específicas que realizan los gerentes para planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de los miembros de una organización.

Por último de acuerdo al criterio de varios autores el proceso administrativo está conformado por cuatro funciones fundamentales, que son; planificar, organizar, dirigir y controlar; como se muestra en el siguiente cuadro:

GRÁFICO N° 1: PROCESO ADMINISTRATIVO.



*Fuente: Introducción a la Teoría General de la Administración. I Chiavenato
Elaborado Por: Héctor Rocha.*

1.3.1 Planificar

La planificación es una herramienta esencial dentro de toda organización, ya que esta ayuda a los administradores a diseñar y construir el presente y futuro de una empresa, basado en sus conocimientos y experiencias lógicas que coadyuven a tomar decisiones y acciones trascendentales encaminadas a alcanzar las metas y objetivos planteados.

1.3.2 Organizar

Organización es un proceso útil para ensamblar, coordinar y sistematizar ordenadamente todas las actividades y recursos con los que cuenta la empresa, teniendo en cuenta que de una adecuada organización depende el cumplimiento de los fines y propósito planificados con anterioridad.

1.3.3 Dirigir

La dirección es aquel elemento de la administración que permite a los altos directivos influenciar, motivar y orientar todas las actividades del recurso humano en direcciones y condiciones apropiadas dentro de la empresa, para que de esta manera, los gerentes puedan inter relacionarse conjuntamente con todos los subordinados de la organización y así poder supervisar e informar sobre el logro y realización efectiva de todo lo planeado.

1.3.4 Controlar

El control consiste en evaluar y comprobar cuali-cuantitativamente todas las actividades planeadas a inicio de un periodo dentro de la organización, tiene como finalidad mostrar el desenvolvimiento en todas las aéreas de la empresa permitiendo realizar comparaciones continuas que ayuden a tomar acciones correctivas sobre la marcha en búsqueda del desarrollo empresarial.

1.4 Proyecto

Para BACA URBINA, Gabriel (2006), define que “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana”.

Un proyecto es un proceso ordenado compuesto por una serie de etapas secuenciales enlazadas e interrelacionadas entre sí, encaminada a dar solución lógica e inteligente a un problema existente en la sociedad.

Por último, se define al proyecto como una idea o iniciativa original de negocio que tiene como propósito específico, dar solución a un problema o satisfacer las necesidades de consumo de la humanidad.

1.4.1 Proyectos de Inversión

Según BACA URBINA, Gabriel (2006), define al proyecto de inversión “como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio, útil al ser humano o la sociedad en general”.

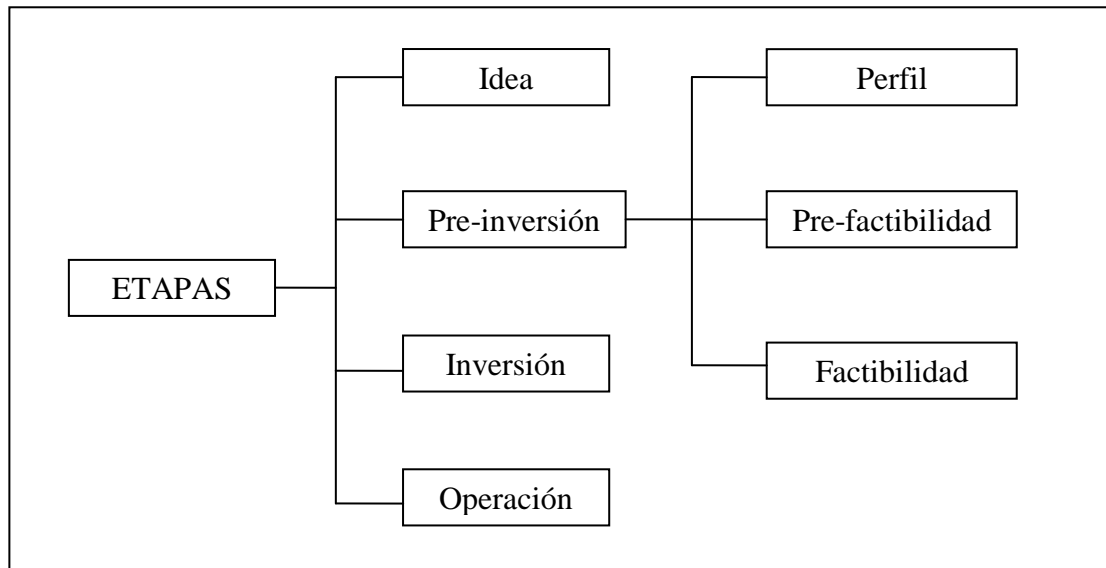
El proyecto de inversión es un instrumento que responde a la necesidad imperiosa de determinar anticipadamente todos los requerimientos y alternativas de monto y capital necesarios para producir o poner en marcha un negocio que tenga como propósito satisfacer las necesidades insatisfechas del ser humano en la sociedad.

El proyecto de inversión persigue la disminución de la incertidumbre de realizar una eficiente asignación de recursos, ya que provee información detallada y precisa que facilita el proceso decisorio respecto de dónde invertir, además, permite la comparación de costos y beneficios en el caso de generarse una eventual materialización del mismo.

1.4.2 Etapas de un Proyecto de Inversión

Para autores como SAPAG, Nassir (2001) “Se entiende cuatro etapas básicas : La generación de la idea, los estudios de pre inversión para medir la convivencia económica de llevar a cabo la idea, la inversión para la implementación del proyecto y la puesta en marcha y operación”, en el siguiente cuadro se puede observar cuales son las etapas de un proyecto:

GRÁFICO N° 2 ETAPAS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN



*Fuente: Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa, SAPAG, Nasir 2001
Elaborado Por: Héctor Rocha*

1.4.2.1 Etapa de Idea

La primera y fundamental etapa de un proyecto es la correspondiente a la generación de la idea. Basado en el concepto de gerencia de beneficios, se postula que la identificación de ideas de negocio se puede gestionar y no sólo dejarla a la ocurrencia inesperada de una genialidad. Para ello, es necesaria la búsqueda permanente tanto de problemas, necesidades insatisfechas e ineficiencias que podrían ser mejoradas, como de oportunidades de negocios que pueden aprovecharse.

1.4.2.2 Etapa de Pre-Inversión

La segunda etapa, la de los estudios de pre-inversión, debe concluir con una propuesta para recomendar el abandono, implementación inmediata, postergación o profundización de una parte o todo el estudio de viabilidad. Para ello, y en consideración de las dificultades para evaluar una gran cantidad de opciones, este estudio se puede hacer en tres niveles el perfil, la prefactibilidad y la factibilidad.

- *Perfil*

La etapa de perfil es la más preliminar de todas. Su análisis es generalmente estático (compara, por ejemplo, los costos con los beneficios de un período tipo) y se basa en información secundaria, generalmente de tipo cualitativo, en opiniones de expertos o cifras estimativas, buscando fundamentalmente que no existan bases para abandonar inmediatamente el proyecto.

Cabe indicar que lo más importante a nivel del perfil es la determinación de los objetivos del proyecto y la identificación de los posibles sub-proyectos a partir de la idea original, se trata básicamente de un “estudio de escritorio” que no incluye investigaciones de campo y cuando mucho podrá requerir visitas breves al sitio.

- *Pre-Factibilidad*

La etapa de pre-factibilidad proyecta los costos y beneficios sobre la base de criterios cuantitativos, pero sirviéndose de información secundaria (elaborada por terceros, como, por ejemplo, tasa de crecimiento de la población revelada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, registros de importación del Banco Central, etcétera).

El estudio de pre-factibilidad consiste en descarte de soluciones y, por otro lado, su propósito final viene a ser la determinación de la existencia de una alternativa factible o rentable a nivel de la solución seleccionada, cabe señalar que el estudio de pre-factibilidad no se pretende elegir la “mejor alternativa” sino hallar una rentabilidad que justifique proseguir los estudios.

- *Factibilidad*

La factibilidad es la etapa más profunda, completa y demostrativa de la información que se utiliza en la evaluación. Es de carácter demostrativo, por lo que se basa en fuentes de información primaria, o sea, en la que origina los antecedentes

La etapa de la factibilidad es esencialmente dinámica; es decir, proyectan los costos y beneficios del proyecto a lo largo del tiempo y los expresan mediante un flujo de caja estructurado en función de criterios convencionales comúnmente establecidos.

1.4.2.3 Etapa de Inversión

Corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.

1.4.2.4 Etapa de Operación

Es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución.

1.4.3 Tipos de Proyectos de Inversión

Los proyectos de inversión se pueden tipificar de muchas formas distintas: de acuerdo con su dependencia, con la finalidad de la inversión o con la finalidad del estudio del proyecto, entre otras.

De acuerdo con su dependencia, los proyectos se clasifican en dependientes, independientes y excluyentes. Los proyectos dependientes son aquéllos que se realizarán siempre que se haga otra inversión. Los proyectos independientes son aquéllos que se pueden realizar sin depender de otro proyecto ni afectarlo. Los proyectos excluyentes son los que, al realizarse, impiden la ejecución de otro proyecto.

De acuerdo con la finalidad de la inversión, los proyectos se clasifican según el objetivo de la asignación de los recursos: Creación de nuevas empresas, remplazo de activos, ampliación, abandono, externalización (outsourcing) e internalización.

Los proyectos de creación de nuevas empresas corresponden a inversiones que permitirían implementar o emprender un negocio nuevo. Proyectos de reemplazo son los que buscan medir la conveniencia de una sustitución. Los proyectos de ampliación son aquéllos que generan mayor capacidad de producción o atención, tanto por la expansión de un servicio existente como por la integración de otro nuevo.

Proyectos de abandono son los que se denominan comúnmente como de desinversión y corresponden a la eliminación de áreas de actividad ineficientes (o no rentables) o al cierre de unidades que, siendo eficientes (o rentables), permitan liberar recursos que pueden ser utilizados en otras áreas más eficientes o rentables.

Los proyectos de externalización u outsourcing son similares, en su evaluación, al procedimiento seguido en los proyectos de abandono, con la diferencia de que la actividad que se deja de realizar internamente es sustituida por la prestación del mismo servicio mediante el contrato a un externo.

Los proyectos de internalización son lo opuesto a las inversiones en outsourcing y corresponden a la ejecución interna de tareas o procesos que hasta ahora se contrataban externamente.

De acuerdo con la finalidad del estudio de pre inversión, los proyectos se clasifican en aquellos que miden la rentabilidad del proyecto, la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto y la capacidad de pago a las fuentes de financiamiento.

1.4.4 Componentes de un Proyecto

Es importante señalar que varios autores reconocidos a nivel mundial, coinciden que dentro de los criterios de formulación y evaluación de proyectos, existen tres grandes etapas o fuentes de información básicas que son: el estudio de mercado,

el estudio técnico y el estudio financiero, mismos que permiten establecer una estructura general y un precedente para el análisis de resultados.

1.5 Estudio de Mercado

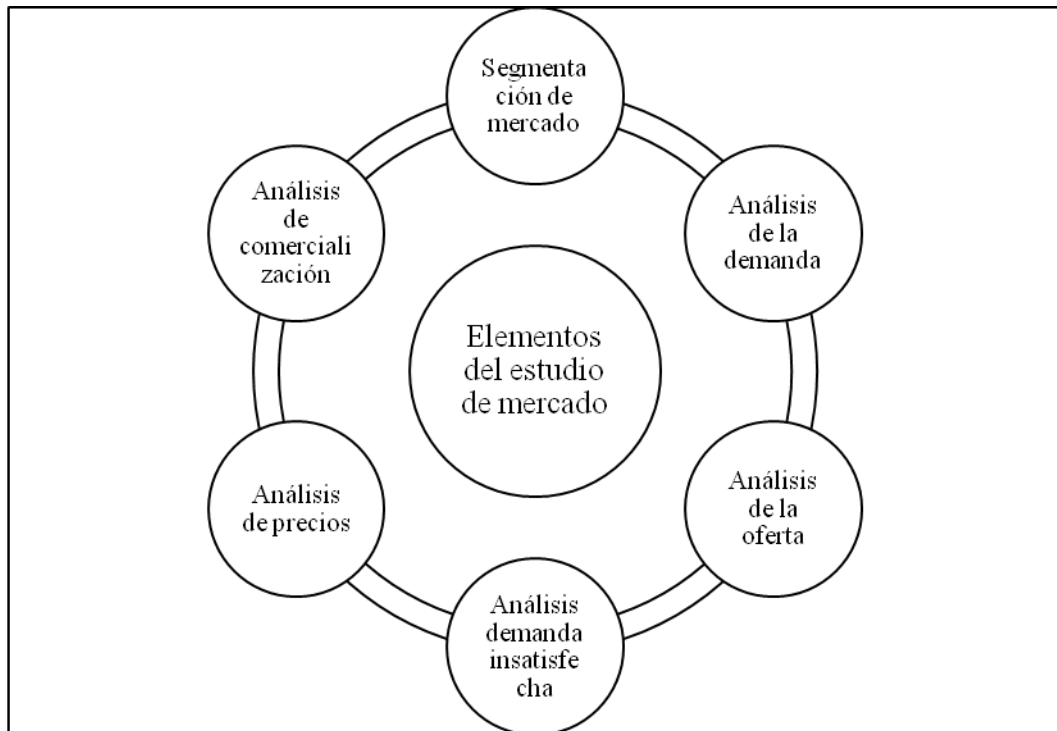
Para BACA URBINA, Gabriel (2006), Al referirse al estudio de mercado dice que “Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta el análisis de los precio y el estudio de comercialización”.

Según SAPAG, Nassir (2001). “El estudio del mercado es una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir las tarifas. Es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerar el estudio de mercado únicamente en función de la demanda y de los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá”.

El estudio de mercado es considerado como el componente más relevante del proyecto, sencillamente porque aquí es donde se recopilan datos de gran valía acerca de las características que tienen los potenciales clientes de un segmento específico de mercado identificado como nicho de mercado o mercado meta, además, permite conocer particularidades de los consumidores como gustos y preferencias, mismos que ratificarán la existencia y cuantía de la demanda insatisfecha que determinará la viabilidad o factibilidad del proyecto.

Para poder tomar toda la información necesaria que tiene que ver con las variables del mercado, es conveniente considerar los siguientes elementos como se detalla a continuación en el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 3: ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO



*Fuente: Taller Recibido en Clases
Elaborado Por: Héctor Rocha*

1.5.1 Segmentación de Mercado

Para GARCIA, Gary (2006), la segmentación de mercado es el “procedimiento de dividir el mercado en grupos homogéneos de consumidores, se le conoce con el nombre de Segmentación de Mercados, en tanto que al grupo seleccionado al que la empresa se quiere dirigir se le denomina: Segmento Meta o Segmento Objetivo”.

La segmentación de mercado es el proceso que permite dividir o seleccionar al mercado en distintos grupos de consumidores de acuerdo a características y conductas de consumo homogéneas o que se parezcan más entre si, en cuanto a deseos, preferencias y estilo de uso de productos.

1.5.2 Análisis de la Demanda

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. El análisis de la demanda permitirá determinar la cantidad de productos o servicios que requiere el mercado para satisfacer las necesidades insatisfechas de los clientes a un costo determinado.

1.5.2.1 Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda se realiza con el propósito de estimar las repercusiones económicas del plan de comercialización, es necesario hacer proyecciones de la demanda, con el objeto de estimar la rentabilidad, necesidades financieras, materia prima y capacidad de producción de planta.

1.5.3 Análisis de la Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de gerentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El análisis de la oferta permite identificar la capacidad de producción que tienen los grandes productores en el mercado, es decir, determina la cantidad de bienes y servicios que estos ponen o están dispuestos a poner en consideración de los consumidores, para satisfacer sus necesidades del mercado a un costo establecido.

1.5.3.1 Proyección de la Oferta

Este procedimiento se realiza con el propósito de determinar la capacidad de producción bienes y servicios de los oferentes del mercado, teniendo en cuenta registros históricos recabados de fuentes secundarias la cual va a permitir realizar el estudio con mayor efectividad, además, este cálculo permitirá al inversionista

tener una visión clara o un antecedente de producción de la competencia que podrían afectar los niveles de ingreso y egresos asociados con la inversión.

1.5.4 Análisis de la Demanda Insatisfecha

Para FISHER, Laura y ESPEJO, Jorge (2000), “Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él”.

La demanda insatisfecha, es la cantidad de bienes y servicios que los demandantes están dispuestos a consumir, debido a que los oferentes del mercado no han tenido la capacidad de producción y por ende no han podido satisfacer completamente las necesidades del consumidor.

La demanda insatisfecha es el resultado de la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada. Es el punto más importante del proyecto, ya que de esta información depende la factibilidad del mismo.

1.5.5 Análisis de Precios

El análisis de precios es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio. El análisis de precios constituye la fijación monetaria en la que los productores están dispuestos a comercializar el bien o servicio producido, y los consumidores a adquirir los mismos, teniendo en cuenta la ley de la oferta y la demanda. Por último se considera a este elemento como el pilar fundamental para definir el nivel de ingresos y determinar la rentabilidad económica del proyecto.

1.5.6 Análisis de Comercialización

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con beneficios de tiempo y lugar, la misma permite a los administradores identificar las principales actividades necesarias y adecuadas para llegar a los clientes con un producto o servicio en forma eficaz y eficiente en el menor tiempo posible, además, es una herramienta que une a la empresa con el cliente mediante la identificación del canal de distribución que facilite la venta de un determinado bien.

Por último la comercialización es considerada como una actividad comercial que permite establecer estrategias del marketing relacionadas con el precio, plaza, promoción y producto, enfocadas en lograr que los clientes se sientan motivados por adquirir el producto y satisfecho por la compra realizada.

1.6 Estudio Técnico

BACA URBINA, Gabriel (2006) menciona que el estudio técnico se lo realiza para “Resolver las preguntas referentes a donde, cuanto, cuando, como y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad de todo el proyecto”.

Para GARCIA, Gary (2006), el estudio técnico se realiza con el propósito de determinar cuáles son “Todos aquellos recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien o servicio”.

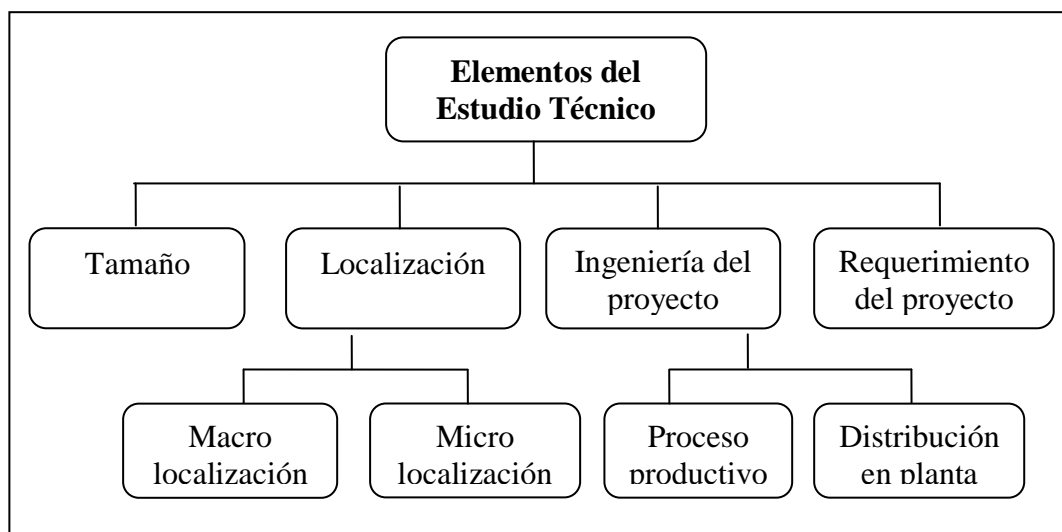
El estudio técnico es una herramienta de gran relevancia dentro de un proyecto de factibilidad, ya que el mismo identifica y especifica las características técnicas necesarias para la fabricación de los productos o servicios que se pretende ofrecer, además, analiza el proceso óptimo de producción que permite una adecuada utilización de los recursos disponibles.

El estudio técnico permite analizar detenidamente todos los requerimientos necesarios para hacer funcionable el proyecto. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo, localización, equipo, instalaciones y organización necesaria para realizar la producción o brindar el servicio, por último, se analiza minuciosamente la cuantía de las inversiones de acuerdo a la capacidad productiva que permita conocer la viabilidad económica del mismo.

1.6.1 Elementos del Estudio Técnico

Los elementos más trascendentales del estudio técnico se minimizan en el siguiente cuadro, los mismos que serán detallados cada uno de ellos a continuación.

GRÁFICO N° 4: ELEMENTOS DEL ESTUDIO TÉCNICO



*Fuente: Taller Recibido en Clases
Elaborado Por: Héctor Rocha*

1.6.1.1 *Tamaño*

El tamaño de un proyecto es la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se debe realizar el análisis del tamaño del proyecto en función a la demanda, de los recursos tecnológicos, materia prima y mano de obra, financiamiento y costos de producción.

Este elemento del estudio técnico permite determinar la capacidad física y real de los espacios necesarios para asegurar el correcto funcionamiento administrativo y operacional del proyecto, analizando el tamaño en función de la demanda insatisfecha, de la disponibilidad de recursos tecnológicos, materia prima, mano de obra, y de las características propias de cada empresa, mismas que determinaran los requerimientos económicos y financieros necesarios para identificar adecuadamente los costos de producción.

- *Factores que Determinan el Tamaño de un Proyecto*

Factores que determinan el tamaño de un proyecto, contemplan diferentes horizontes enfocados en satisfacer la demanda del mercado.

- *El Tamaño del Proyecto y la Demanda*

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto, puesto que sólo puede aceptarse el mismo en caso de que la demanda sea claramente superior al tamaño propuesto. Si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso ejecutar el proyecto.

- *El Tamaño del Proyecto y los Suministros e Insumos*

Se refiere a la suficiente provisión en cantidad y calidad de materias primas, es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto durante los años de vida del mismo, en caso de no ser posible asegurar dicho abasto se recomendará abandonar el proyecto.

- *El Tamaño del Proyecto, La Tecnología y los Equipos*

En términos generales se puede decir que la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo ya que el mismo depende de la disponibilidad de activos de capital.

- *El Tamaño del Proyecto y el Financiamiento*

Si los recursos financieros no son suficientes para atender las necesidades mínimas de la inversión, es claro que la realización del proyecto es imposible, por tal razón, el tamaño del proyecto debe ser aquel que pueda financiarse fácilmente a través, de fuentes propias o secundarias y que en lo posible represente los menores costos financieros.

- *El Tamaño del Proyecto y la Organización*

Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos dentro de la empresa.

1.6.1.2 Localización

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerá la aceptación o rechazo. La selección de localización del proyecto se define en dos ámbitos el de la macro localización y de la micro localización que determinará el lugar específico donde se instalara el proyecto.

La localización consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, tiene como propósito encontrar la ubicación óptima que genere ventaja competitiva al negocio, basada en menores costos para la generación del nuevo producto o servicio.

- *Macro Localización*

La Macro localización consiste en la ubicación de la empresa en el país y en espacio rural y/o urbano de alguna región, la macro localización es una herramienta que contribuye a la determinación óptima del área o región más atractiva donde se pretende instalar el proyecto, teniendo en cuenta que esta contribuya a mejorar tasa de rentabilidad sobre el capital invertido.

- *Micro Localización*

La micro localización es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

La micro localización determina lugar específico donde se ubicara el proyecto, mediante la utilización de métodos y criterios cuantitativos que permiten reducir al mínimo los posibles costos de abastecimiento necesarios para satisfacer los requerimientos de la demanda.

1.6.1.3 Ingeniería del Proyecto

- *Proceso Productivo*

El proceso productivo es el conjunto de operaciones unitarias que permite transformar los insumos en bienes acabados mediante una tecnología dada, este proceso técnico permite describir y definir todas secuencias y operaciones necesarias para obtener un bien final o servicio a partir de los insumos, es decir se identifica directamente con la transformación de materias primas y con el uso eficiente de los recursos que permita optimizar el funcionamiento y operación del proceso productivo.

Para poder representar gráficamente al proceso productivo, es muy frecuente la utilización de diagramas de flujos, ya que los mismos que facilitan la identificación de la secuencia de operaciones.

La simbología utilizada para la elaboración de diagramas de flujo es variable y debe ajustarse a las normas preestablecidas universalmente para dichos símbolos o datos, como se muestra a continuación:



Operación.- Representa la actividad a través de la cual se transforma materiales, productos o servicios semielaborados y productos o servicios elaborados en productos o servicios terminados.



Inspección.- Actividad mediante la cual se comprueba las características mínimas de calidad que debe tener el material en proceso o el servicio terminado.



Transporte.- Actividad la cual indica traslado de un lugar a otro los materiales en proceso o servicios terminados.



Almacenaje.- Actividad mediante la cual generalmente los materiales y productos terminados permanecen en las bodegas por un tiempo más o menos prolongado.



Demoras.- Actividad a través de la cual los productos en proceso permanecen un tiempo más o menos corto en un determinado lugar por necesidades de la distribución en la planta o del proceso de producción.



Operación - Inspección.- Actividad de control de las características de calidad, generalmente de los materiales y productos terminados que implica una transformación de las características de los mismos.

- *Distribución De La Planta*

La distribución en planta de una empresa, existente o en un proyecto, es colocar las máquinas y demás equipos de la manera que permita a los materiales avanzar con mayor facilidad, al costo más bajo y con el mínimo de manipulación, desde que se reciben las materias primas hasta que se despachan los productos acabados, la distribución en planta consiste en diseñar y aprovechar eficientemente la infraestructura física donde se va a realizar el proceso productivo, para de esta manera asegurar menores costos y alta productividad, a la vez mantener condiciones óptimas de almacenamiento, seguridad y bienestar que facilite el manejo de materias primas y productos terminados.

1.6.1.4 Requerimientos del Proyecto

Se entiende por requerimiento a todas “las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. Por ejemplo Maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general.

Es la etapa del estudio técnico, donde se detallan todas las inversiones en materiales e insumos que serán necesarios para un correcto desarrollo de las actividades del personal y de la empresa, brindando comodidad y agilizando los procesos optimizando a su vez tiempo y dinero.

1.7 Impacto Ambiental

El estudio de Impacto Ambiental es un instrumento que permite aplicar las políticas ambientales, y mediante el cual, se identifican en forma anticipada los efectos negativos y positivos que los planes, programas y proyectos pueden generar sobre el ambiente.

Además, cuantifica y propone las medidas correctivas, mitigadoras o compensatorias necesarias para evitar o disminuir los daños ambientales previstos

y optimizar los impactos positivos, tiene el propósito de asegurar que las opciones de expansión y desarrollo sean aceptables y sostenibles ambientalmente, y que cualquiera de las consecuencias ambientales sea reconocida desde las etapas iniciales del proyecto.

1.7.1 Importancia Del Impacto Ambiental

La evaluación del impacto ambiental se ha reconocido como la técnica más adecuada para preservar los recursos naturales y defender el medioambiente, permite prever e informar sobre los efectos de una determinada acción pueda ocasionar en el medio ambiente.

El estudio de Impacto ambiental; comprende los trabajos encaminados a predecir las consecuencias de la ejecución del proyecto sobre el medioambiente y a establecer las correspondientes medidas correctoras.

Estas proyecciones se realizan con el objetivo de poder formular medidas mitigatorias, las cuales buscan la implantación o aplicación de cualquier política, estrategia, obra o acción tendente a eliminar o minimizar los impactos adversos que pueden presentarse durante las diversas etapas de desarrollo de un proyecto.

El objetivo de evaluar los impactos de un proyecto sobre el ambiente es prevenir y evitar posteriores deterioros ambientales que podrían ser costosos al tratar de corregirlos después de haber puesto en marcha el proyecto.

1.7.2 Elementos de Estudio Del Impacto Ambiental

Los elementos considerados para el estudio del impacto ambiental son: Aire, agua, suelo.

1.7.2.1 El Aire

Se denomina aire a la mezcla de gases que constituye la atmósfera terrestre, que permanecen alrededor del planeta Tierra por acción de la fuerza de gravedad. El aire es esencial para la vida en el planeta. Es particularmente delicado, fino, etéreo y -si está limpio- transparente en distancias cortas y medias.

1.7.2.2 El Agua

El agua (del latín aqua) es una sustancia cuya molécula está formada por dos átomos de hidrógeno y uno de oxígeno (H₂O). Es esencial para la supervivencia de todas las formas conocidas de vida. El término agua, generalmente, se refiere a la sustancia en su estado líquido, pero la misma puede hallarse en su forma sólida llamada hielo, y en forma gaseosa denominada vapor.

El agua cubre el 71% de la superficie de la corteza terrestre. Se localiza principalmente en los océanos donde se concentra el 96,5% del agua total, los glaciares y casquetes polares poseen el 1,74%, los depósitos subterráneos (acuíferos), los permafrost y los glaciares continentales suponen el 1,72% y el restante 0,04% se reparte en orden decreciente entre lagos, humedad del suelo, atmósfera, embalses, ríos y seres vivos.

1.7.2.3 El Suelo

Se denomina **suelo** a la parte superficial de la corteza terrestre, biológicamente activa, que tiende a desarrollarse en la superficie de las rocas emergidas por la influencia de la intemperie y de los seres vivos.

Los suelos son sistemas complejos donde ocurren una vasta gama de procesos químicos, físicos y biológicos que se ven reflejados en la gran variedad de suelos existentes en la tierra.

1.7.3 Matriz De Leopold

La **matriz de Leopold** es un método cuantitativo de evaluación de impacto ambiental creado en 1971 .Se utiliza para identificar el impacto inicial de un proyecto en un entorno natural.

El sistema consiste en una matriz con columnas representando varias actividades que ejerce un proyecto (desbroce, extracción de tierras, incremento del tráfico, ruido, polvo), y en las filas se representan varios factores ambientales que son considerados (aire, agua, geología). Las intersecciones entre ambas se numeran con dos valores, uno indica la magnitud (de -10 a +10) y el segundo la importancia (de 1 a 10) del impacto de la actividad respecto a cada factor ambiental.

Las medidas de magnitud e importancia tienden a estar relacionadas, pero no necesariamente están directamente correlacionadas. La magnitud puede ser medida en términos de cantidad como por ejemplo área afectada de suelo, volumen de agua contaminada, entre otras.

1.8 Estudio Financiero

Para Según BACA URBINA, Gabriel (2006) “el estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de operaciones de la planta, (que abarque las funciones de administración, producción y ventas), así como otra serie de indicadores que sirva como base para la parte final y definitiva del proyecto”.

Este estudio financiero tiene la finalidad de establecer el desembolso monetario que deberán hacer los inversionistas para ejecutar el proyecto, indica los costos de inversión, operación y beneficios del proyecto, a través del análisis de rentabilidad mediante indicadores cuantitativos de tipo financiero que facilitan la toma de decisiones antes de incursionar en el negocio.

1.8.1 Inversión Inicial

Manifiesta BACA URBINA, Gabriel (2006) que la Inversión Inicial “comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”.

Se considera a la inversión inicial como el valor monetario requerido para poner en marcha el negocio, es decir el desembolso necesario para empezar con la construcción de la obra civil, adquisición de maquinaria, muebles, enseres y otros bienes físicos que sirvan de apoyo para facilitar las operaciones iniciales del proyecto.

1.8.2 Componentes de la Inversión

La inversión inicial se estructura de la siguiente manera:

1.8.2.1 Inversión Fija

Es aquella inversión que se realiza con la finalidad de adquirir bienes físicos que se emplean en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan para dar apoyo a las operaciones del proyecto. En otras palabras, la Inversión Fija constituye la erogación de dinero para adquirir bienes no sujetos de transacción corriente; es decir, construcción de obras civiles, adquisición de maquinaria, muebles y enseres u otros, por último se debe tener en cuenta que contablemente los activos fijos están sujetos a depreciación en su mayor parte, salvo el caso de los terrenos que con el paso de los años adquieren plusvalía.

1.8.2.2 Inversión Diferida

Son bienes inmateriales de propiedad de la empresa y necesarios para su correcto funcionamiento, los cuales son servicios y derechos adquiridos (patentes, licencias, diseños, nombres, etc.), mismos que no están sujetos a desgaste físico y su pérdida de valor contablemente se la denomina amortización.

1.8.2.3 Capital de Trabajo

Es el capital adicional con el que cuenta el proyecto fuera de lo invertido en activos y casi siempre financia la producción inicial o los costos operacionales hasta que la empresa obtenga utilidades.

El capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación normal de proyecto, mismos que son usados para adquirir materias primas, mano de obra, y cubrir los diferentes gastos de operación desde la puesta en marcha del negocio. Cabe señalar que desde el punto de vista contable el capital de trabajo es igual a la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante.

1.8.3 Financiamiento

Para BACA URBINA, Gabriel (2006) una empresa está financiada cuando “ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas”.

El financiamiento es la asignación de recursos financieros al proyecto, se constituye en el elemento que financia parte de la inversión, es un requisito previo para la toma de dediciones y es el medio a utilizar para solventar las necesidades económicas que aceleren la ejecución del proyecto. Existen dos tipos de fuente de financiamiento, propio y secundaria.

1.8.3.1 Fuentes Propias

Las fuentes propias corresponden a las aportaciones de capital de los inversionistas, sean estas en efectivo o especies que optimicen el desarrollo del proyecto.

1.8.3.2 Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias son las aportaciones de capital que obtiene el proyecto proveniente de entidades externas o ajenas al mismo, es decir, préstamos bancarios, arrendamientos mercantiles, etc.

1.8.4 Costos de Producción

Los costos de producción son los valores generados en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados, la correcta determinación de estos costos permite tener una base sólida para calcular el precios de los productos o servicios que ofrece la empresa a sus clientes, además, son utilizados para evaluar la relación costo beneficio de cada producto y la rentabilidad.

1.8.4.1 Costos Fijos

Como su nombre lo dice, los costos fijos son aquellos costos que permanecen constantes o invariables independientemente de la actividad o del volumen de producción. Como por ejemplo alquiler del local, de administrador, depreciación, etc.

1.8.4.2 Costos Variables

Los costos variables son aquellos que se vinculan directamente con el volumen de producción, es decir aumentan proporcionalmente de acuerdo a la cantidad de bienes o servicios fabricados. Como por ejemplo materia prima, combustible mano de obra de obra eventual, etc.

1.8.5 Punto de Equilibrio

Para GARCÍA, Gary Flor (2006) “El punto de equilibrio es el nivel de ventas que debe realizarse para no obtener ni pérdida ni ganancia, es decir, cubrir los costos totales”.

El punto de equilibrio es el nivel donde la empresa no obtiene ni pérdidas ni ganancias y por ende no existe utilidad, es el punto donde los ingresos provenientes de las ventas, cubren a los costos generados en el proceso productivo, es una herramienta importante dentro del proyecto, ya que se considera como un elemento complementario a los métodos de evaluación.

1.8.6 Estados Financieros

Los estados financieros son el producto final de la contabilidad, se constituyen en una de las herramientas más importantes con las que cuentan las organizaciones para evaluar periódicamente la situación económica y financiera en la que se encuentra la misma, son elaborados dentro del año contable de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados.

Dentro de la evaluación económica y financiera de un proyecto de inversión, es necesario indicar que los estados financieros más usados básicamente son: los balances generales, estados de resultado y los estados de flujo de caja.

- *Balance General*

El balance general o estado de situación financiera muestra a la organización en términos de sus activos, pasivos y valor contable en una fecha determinada. Es un documento que muestra una visión general del patrimonio de la empresa, presentado en forma clara el valor de sus propiedades, derecho y capital.

- *Estado de Resultados*

Es un informe financiero que permite medir el desempeño económico de la empresa dentro de un periodo determinado, muestra claramente todos los ingresos, gastos y obligaciones al que a incurrido la entidad dentro del proceso productivo, da conocer si la gestión realizada a generado perdida o ganancia.

- *Estado de Flujo de Caja*

El flujo de caja o estado de fuentes de uso, muestra detalladamente de donde se obtuvieron todos los ingresos y egresos netos de efectivo durante un año, es un elemento de gran importancia dentro de la valoración del proyecto, ya que permite predecir fuentes futuras de ingresos, gastos y el saldo de efectivo al final del periodo de evaluación.

1.9 Evaluación Financiera

Según SAPAG CHAIN, Nassir (2001) “La evaluación del proyecto compara, mediante distintos instrumentos, si el flujo de caja proyectado permite al inversionista obtener la rentabilidad deseada, además recuperar la inversión. Los métodos más comunes corresponden a los denominados valor actual neto, más conocido como VAN, la tasa interna de retorno, o TIR, periodo de recuperación de la inversión, o PRI, y la relación costo beneficio”.

La evaluación financiera es un análisis que produce información al inversionista para que este pueda tomar la decisión si realiza o no la asignación de recursos para ejecutar el proyecto, permite conocer la rentabilidad o beneficios que obtendrá el negocio teniendo como base la información de los estudios anteriores.

1.9.1 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable (TMAR)

El TMAR, es el valor mínimo de rendimiento que desean obtener los accionistas y prestamistas por la inversión realizada en el proyecto.

La tasa mínima aceptable de rendimiento de un proyecto se obtiene al sumar el promedio de la tasa activa y pasiva del sistema financiero de un país, más el porcentaje de riesgo del negocio,

1.9.2 Valor Actual Neto (VAN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados la inversión inicial. El valor actual neto VAN, es la diferencia entre todos los ingresos y egresos de cada uno de los periodos de operación expresados en moneda actual, es decir es el valor que tienen en la actualidad los diferentes flujos del proyecto.

Este método expresa que es conviene llevar adelante aquellas inversiones cuyo VAN sea positivo, ya que es el único indicador que contribuye a la consecución de los objetivos del proyecto

1.9.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es el interés máximo que podría pagar un proyecto por los recursos utilizados si se desea que el proyecto recupere su inversión y los costos de operación, con los flujos netos de caja generados. Debe

indicarse que la tasa interna de retorno es una medida muy útil del valor del proyecto.

La tasa interna de retorno TIR, equivale a la tasa de interés máxima que puede producir un proyecto durante su vida útil, permite en cierta forma la toma de decisiones y mide con exactitud la rentabilidad de un proyecto, por último en un proyecto de factibilidad es conveniente invertir, cuando la TIR es considerablemente mayor a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TMAR).

1.9.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión, PRI, es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

Este periodo permite determinar el tiempo exacto en que se va a recuperar la inversión total desde el momento que se pone en marcha el proyecto, es igual al último año del flujo de efectivo actualizado acumulado negativo más el valor del primer flujo acumulado positivo sobre la inversión.

1.9.5 Relación Costo Beneficio (R C/B)

La relación costo beneficio compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión, mediante esta relación costo beneficio indica cuánto dinero recibe el negocio por cada dólar invertido, es indispensable que este índice sea mayor que uno para que sea recomendable invertir en el proyecto.

1.9.6 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite establecer cuáles son los efectos que tendría una variación positiva o negativa en los ingresos y costos, es decir hasta a que

extremo podrían llegar las variables financieras y del mercado sin afectar el resultado final del proyecto.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Análisis Situacional

A través, de este análisis se pretende tener una visión e idea clara del medioambiente o entorno donde se va ejecutar el proyecto, teniendo en cuenta factores macro y micro que intervienen directamente con la puesta en marcha del nuevo negocio.

2.1.1 Macro Ambiente

Este análisis permite relacionar las variables externas que influyen directamente con la ejecución del proyecto, factores considerados como incontrolables debido a la inestabilidad que por lo general experimentan los mercados.

2.1.1.1 Factor Económico

Considerado de gran trascendencia dentro de la ejecución de todo proyecto, ya que el mismo permitirá conocer el comportamiento de las variables que inciden directamente en el sector productivo y comercial del mercado, así como: la inflación, tasas de interés y producción.

- *Inflación*

Es el alza generalizada de los precios en un periodo determinado, se lo mide generalmente a través de los índices de precios al consumidor (IPC).

CUADRO N° 1: INFLACIÓN ANUAL

AÑOS	INFLACIÓN
2009	4.31%
2010	4.80%
2011	5.50%
2012	6.50 %
2013	7.00 %

Fuente: INEC

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior, se puede observar la tendencia al alza que ha tenido la inflación en el Ecuador, inestabilidad ocasionada debido a la recesión económica que tiene el dólar actualmente el mercado internacional, este porcentaje deberá considerarse dentro de la ejecución del proyecto, ya que el mismo se utilizara para poder realizar los respectivos presupuestos de ingresos futuros.

- *Tasa de Interés*

Representa el precio del dinero en el mercado financiero, en el Ecuador esta tasa está regulada y controlada por el Banco Central del Ecuador.

CUADRO N° 2 TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS Y PARTICIPACIÓN EN VOLUMEN DE CRÉDITO POR BANCO

Entidad	Productivo Corporativo		Productivo Empresarial		Productivo PYMES	
	TEA	% de participación de volumen de crédito	TEA	% de participación de volumen de crédito	TEA	% de participación de volumen de crédito
AMAZONAS	9.33	0.11	10.12	1.49	11.76	0.65
BOLIVARIANO	8.65	10.60	8.99	0.70	11.17	1.91
CITIBANK	7.98	16.24	8.21	2.28	0.00	0.00
GUAYAQUIL	9.26	3.52	9.60	12.2	11.22	12.32
PACIFICO	7.67	7.55	7.83	3.37	9.71	6.92
PICHINCHA	8.20	22.66	9.69	18.52	11.28	32.05
PROMEDIO	8.42		9.37		11.28	
% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO FINANCIERO	44.38		12.17		10.07	

Fuente: www.bce.fin.gov.ec/

Elaborador Por: Héctor Rocha

El cuadro N° 2 muestra las tasas de crédito corporativo, empresarial y productivo de las principales instituciones financieras del Ecuador, de su parte el promedio de la tasa de interés efectiva para el segmento productivo PYMES es del 11.28%, siendo el Banco del Pichincha el que domina este segmento con un 32.05% del total de créditos colocados. Información de gran relevancia que ser considerara en el caso de que sea necesario incurrir o acceder a alguna obligación crediticia dentro de la ejecución del proyecto.

- *Producción*

De acuerdo a información obtenida en la página web de Agrocalidad, las provincias donde se cultivan la mayor cantidad de flores a nivel nacional son:

**CUADRO N° 3 PRODUCCIÓN DE FLORES POR PROVINCIAS
A NIVEL NACIONAL**

PROVINCIA.	HA. CULTIVADAS.	FRECUENCIA.
Pichincha	2357	62%
Cotopaxi	647	17%
Guayas	159	4%
Imbabura	165	4%
Azuay	208	5%
Carchi	128	3%
Santo Domingo de los Tsáchilas	43	1%
Cañar	21	1%
Tungurahua	25	1%
Los Ríos	25	1%
El Oro	23	1%
Chimborazo	12	0%
Pastaza	8	0%
Total	3821	100%

Fuente: www.agrocalidad.com

Elaborador Por: Héctor Rocha.

El cuadro anterior se puede apreciar que las provincias con el mayor número de hectáreas cultivadas de flores a nivel nacional son: Pichincha con un 62%, seguida por Cotopaxi con un 17%, debido a las óptimas condiciones climáticas para el desarrollo de esta actividad, información de gran trascendencia que fortalece e

incentiva la ejecución de la idea de negocio y de incursionar en este importante sector económico de la economía Cotopaxense.

2.1.1.2 Factor Tecnológico

Factor considerado como un pilar fundamental dentro de la ejecución del proyecto, ya que el mismo permitirá identificar y hacer uso de las constantes innovaciones de equipos tecnológicos relacionadas con la conservación y cuidado al que deben ser sometidas las plantas en un centro de acopio de flores ornamentales. Tecnología que deberá ser utilizada con el único propósito de agregar valor al servicio y de lograr la completa y total satisfacción de los clientes en el mercado.

2.1.1.3 Factor Político Legal

El factor político legal dentro de la ejecución del proyecto permitirá analizar las diferentes normativas técnicas, sanitarias y comerciales establecidas por las diferentes instituciones de control a nivel Nacional (Ministerio de Ambiente y Agrocalidad).

Regulaciones que se deben tomar en cuenta, para que al momento que entre en funcionamiento el centro de acopio de flores ornamentales en el Cantón Latacunga, no exista ningún tipo de inconveniente relacionado con el aspecto legal, en este sentido el mentalizador del proyecto deberá considerar todas estas normas y requerimientos enfocados en el desarrollo sustentable que le permita a la empresa obtener altos estándares de calidad y conservar el medio ambiente.

2.1.1.4 Factor Demográfico

Este factor permitirá agrupar e identificar a los consumidores de acuerdo a sus diferentes características, necesidades y comportamientos, así como: edad, sexo, estado civil, etc.

Para el análisis de este estudio se considerara como posibles clientes del centro de acopio de flores ornamentales, a los pequeños productores de los cantones de Latacunga, Salcedo, Pujilí y Saquisilí, debido a la cercanía que existe entre los mismos y a la gran de producción florícola que tienen estos cantones en la Provincia.

2.1.1.5 Factor Sociocultural

Brinda la posibilidad de identificar las diferentes costumbres y tradiciones del medio donde se va a ejecutar el proyecto, además, permite relacionar los hábitos de consumo que influyen directamente en el comportamiento de las personas.

Este análisis es considerado como trascendental dentro de ejecución del proyecto, ya que a través del mismo, se podrá identificar el impacto o beneficios que tendrá la puesta en marcha del nuevo negocio en la sociedad, además, facilita la identificación de la estrategia comercial a utilizar y de los efectos que tendrá esta en el mercado.

2.1.2 Micro Ambiente

Se refiere básicamente al análisis de las variables que inciden directamente con el funcionamiento operacional del proyecto, así como: la competencia, clientes y proveedores. El estudio de estos factores coadyuvara a la empresa a definir productos y servicios que garanticen la satisfacción total de los clientes y de hecho el éxito del negocio.

2.1.2.1 La Competencia

De acuerdo al último Censo Económico realizado por el INEC, lamentablemente en la Provincia de Cotopaxi no existen registros de la existencia de centros de acopio de flores ornamentales de exportación. Es necesario aclarar que las ventas de las flores producidas en la Provincia son realizadas por intermedio de los

broker's y las grandes plantaciones comercializan sus productos a través de sus propios departamentos de comercialización.

2.1.2.2 Clientes

De acuerdo a las estadísticas publicadas por el Banco Central del Ecuador, los principales países que prefieren adquirir las flores Ecuatorianas son: Estados Unidos, mercados europeos en especial Holanda, Suiza, España, Italia y Rusia,

CUADRO N° 4: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS FLORES ECUATORIANAS

PAÍSES	VALOR IMPORTADO (US\$ MILES)	PARTICIPACIÓN EN IMPORTACIONES MUNDIALES
Estados unidos	1,043.62	14.74%
Holanda	672.37	9.50%
Suiza	177.65	2.51%
España	110.7	1.56%
Italia	224.78	3.18%
Rusia	485.76	6.86%
Resto de Países	4,363.77	61.65%
Total	7,078.65	100.00%

*Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

2.1.2.3 Proveedores

Van a ser los encargados de proporcionar al nuevo negocio las materias primas necesarias para producir un producto de calidad, dentro de la presente investigación los proveedores van a ser considerados como unos de los condicionantes de augurarán la satisfacción total de los clientes y por ende el éxito del negocio. En el siguiente cuadro detallamos a los potenciales proveedores a considerar en el proyecto:

CUADRO N° 5: PROVEEDORES

DESCRIPCIÓN	DIRECCIÓN
3M Ecuador	Diego de Almagro 1822 y alpallama (Quito)
Industria Cartonera Ecuatoriana	Av. Del Ejercito y callejón 58 (Guayaquil)
Termocel Ecuador	Mariana de Jesús y Bélgica (Quito)

Fuente: www.expoflores.com

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se puede apreciar claramente los posibles proveedores del proyecto, quienes garantizaran el abastecimiento de materias primas e insumos necesarios para poder poner en el mercado un producto de calidad.

2.2 Actividades Realizadas en la Investigación

Para poder dar cumplimiento a los objetivos planteados en la presente investigación se consideraron los siguientes aspectos:

2.2.1 Formulación del Problema

La Asociación de floricultores del Ecuador (Expoflores) publica en su informe del año 2010 que el **Ecuador** es el tercer país exportador de flores en el mundo, con unas 4.000 hectáreas (ubicadas en 10 provincias) en las que se cultivan diversas variedades de flores para exportación. En este contexto la mayor producción de flores del país, se concentra en Pichincha con 71.2% y en Cotopaxi el 22.2%,

La provincia de Cotopaxi, principalmente en los cantones de Latacunga, Saquisilí, Salcedo y Pujilí, existe un alto número de pequeños floricultores que han ido obteniendo experiencias de todos las áreas de la floricultura donde prestaban sus servicios en las empresas consideradas grandes, donde la explotación al trabajador ha sido el común denominador de muchas de estas empresas razón por la cual muchos cotopaxenses de los diferentes cantones han optado por aprovechar toda esta experiencia adquirida para iniciar sus propios cultivos familiares y ofrecer su producción al mercado.

Entre las causas que originan este problema se pueden mencionar: el tamaño mismo de la empresa ya que al ser cultivos pequeños no permite tener una producción considerable para consolidar un embarque al exterior, así mismo la poca capacidad técnica y financiera impide el desarrollo de la empresa, considerando que las flores es un producto de exportación se requiere de un poder de negociación con personal capacitado del cual carecen dichos emprendedores, así también su estructura orgánica es muy limitada.

Por lo expuesto, se propone la creación del “CENTRO DE ACOPIO DE FLORES ORNAMENTALES DE EXPORTACION”, para que los pequeños floricultores recurran con su producción y lograr consolidar una cantidad considerable, de tal manera que sea posible su comercialización a mercados internacionales y a precios de acorde al producto de las grandes empresas, que ofrezca las condiciones necesarias para tratar los productos perecibles (post-cosecha y cuartos fríos) y lo más importante el personal capacitado en la comercialización de flores en el exterior.

2.2.2 Posible Solución

El investigador sugiere que se ejecute el proyecto para la creación del centro acopio de flores ornamentales de exportación, con el fin de poner a consideración de los pequeños floricultores de la provincia de Cotopaxi, un servicio enmarcado en términos adecuados de eficiencia y eficacia, que permita a los floricultores comercializar sus productos de manera adecuada cumpliendo con todas las normas técnicas y de calidad necesarias para vender sus producto en los mercado internacionales.

Por último se pretende que con la ejecución del proyecto para la creación del centro de acopio de flores ornamentales, los pequeños floricultores puedan resolver problemas relacionados con las ventas, ya que en ocasiones en el mercado local se comercializan las flores a un precio muy por debajo de los costos mínimos de producción, por tal razón, las posibilidades de desarrollo y

crecimiento serán nulas, lo que traería como consecuencia la quiebra inevitable de la pequeña empresa.

2.2.3 Justificación

El investigador considera que esta propuesta permitirá a los pequeños floricultores de la provincia de Cotopaxi, obtener ingresos significativos, a través, de la comercialización directa o por medio de intermediarios formales de su producción a los diferentes mercados internacionales, permitiéndoles cumplir con sus aspiraciones que apunten a mejorar la infraestructura y competitividad, para que de esta manera el sector florícola de la provincia siga siendo considerado como un digno representante de la belleza y calidad.

Por otra parte este proyecto permitirá que los habitantes de la provincia de Cotopaxi tengan más oportunidades de trabajo, logrando dinamizar la economía, el ingreso de divisas al Ecuador también se verá beneficiado con la comercialización de esta producción, situación que permite equilibrar la balanza comercial del país, estos pequeños floricultores pasarán a generar riqueza por lo tanto su contribución por medio de impuestos será un aporte valiosos para el pueblo ecuatoriano.

En la actualidad en la provincia de Cotopaxi no existe una investigación realizada exclusivamente a este sector florícola, lo cual constituye una novedad científica que permitirá a estos pequeños floricultores tener un espacio importante en los diferentes aspectos socio – económicos del país.

2.2.4 Objetivos

- Identificar el mercado meta al cual está dirigido el negocio, con el propósito de reconocer y seleccionar claramente las necesidades y/o características de los productos que se tiene previsto poner en consideración del mercado y de esta manera lograr la satisfacción de los clientes y generar la utilidad deseada.

- Cuantificar la demanda insatisfecha, a través de una correcta investigación de mercado que permita conocer si existe la necesidad de implementar el nuevo negocio.
- Identificar el canal de distribución más apropiado que permita a la nueva empresa brindar un servicio de calidad a un precio justo, en el lugar y en el momento preciso.

2.2.5 Tipo de Investigación

La presente investigación es un estudio **Cuali-cuantitativa**, ya que se analiza diversos elementos que pueden ser medidos y cuantificados, así como también detallados y especificados cada uno de los factores correspondientes a un mercado.

Este tipo de investigación permitirá a los investigadores determinar cuáles son las características del mercado como gustos y preferencias, además cuantificar la oferta, demanda, demanda insatisfecha y el tiempo de recuperación de la inversión.

2.2.6 Fuentes de Información

Las fuentes de información a utilizar en la presente investigación son:

2.2.6.1 Fuentes de Información Primarias

Son producto de una investigación o una actividad eminentemente creativa, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido evaluada por nadie más.

Las fuentes de información primarias que se utilizarán en esta investigación provendrán directamente de la aplicación de las encuestas a los pequeños floricultores de la provincia y broker's nacionales e internacionales, información

de primera mano que permitirá conocer e identificar las diferentes necesidades del segmento mercado considerado.

2.2.6.2 Fuentes de Información Secundarias

Son fuentes que contienen datos o información relaborada o sintetizadas y sirven para argumentar o sustentar una investigación, ejemplos, revistas, libros, etc.

Las fuentes secundarias a utilizar en la presente investigación provendrán de estudios ya realizados por instituciones como el Banco Central Ecuador, Agrocalidad e INEC, mismas que servirán como referente o apoyo que sustente la investigación.

2.2.7 Métodos

2.2.7.1 Métodos Teóricos

Son aquellos que permiten descubrir el objeto de la investigación, las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales apoyándose básicamente en los procesos.

Para el presente trabajo investigativo se hará uso de los siguientes métodos:

- *Inductivo*

El investigador hará uso de este método, ya que se partirá de un estudio enfocado a identificar los servicios de los centros de acopio ubicado en la ciudad de Latacunga, para luego determinar si es factible incursionar en el mercado con un nuevo servicio.

- *Analítico*

Es aquel método que distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de sus elementos. Este método permitirá a los investigadores, analizar por separado las partes que conforman un proyecto de factibilidad para estudiar así el estudio técnico y estudio financiero.

- *Sintético*

Es aquel método que consiste en reunir los diversos elementos de un todo. Los investigadores al utilizar este método, reunirán todos los resultados obtenidos en cada una de las partes del proyecto, estableciendo de esta manera juicios y criterios que permitan determinar la factibilidad del mismo.

2.2.7.2 Métodos Empíricos

Su aporte para el proceso de investigativo, estará determinado por el resultado fundamental de las experiencias., estos métodos posibilitan relevar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio mediante procedimientos prácticos.

El método se utilizaran los investigadores será los siguientes:

- *Encuesta*

Es un método que sirve para obtener información, mediante un conjunto de preguntas normalizadas y dirigidas provenientes de la población o muestra, frente a una problemática determinada, utilizando como técnica el cuestionario.

El cuestionario es el documento básico para obtener información esencial en la investigación, los investigadores utilizaran esta técnica para obtener recoger

información de manera eficaz y eficiente del segmento de mercado al que está dirigido el servicio. (Ver anexo 1, pág. 175)

2.2.7.3 Métodos Estadísticos

En el desarrollo de la investigación se utilizara estadística descriptiva para representar el comportamiento de las variables mediante gráficos y tabulaciones numéricas de los integrantes del mercado.

Para efectos de la investigación, la representación de los resultados se la hará mediante la utilización de la hoja electrónica Excel, misma que facilitara la aplicación de graficas de barras o diagramas de pastel.

2.2.8 Población – Universo de Investigación

La población o universo considerada dentro del desarrollo de la investigación, estará compuesto por el número de pequeñas plantaciones del sector rural de los cantones: Latacunga, Pujilí, Saquisilí y Salcedo, así como también serán los agentes comercializadores o más comúnmente conocidos como Brokers, quienes sirven como intermediarios para negociar contratos de ventas entre compradores y comercializadores.

De acuerdo al último Censo económico realizado por el INEC en el año 2010, en el área rural de los cantones considerados para investigación, existen el siguiente número de plantaciones, consideradas pequeñas.

**CUADRO N° 6: PEQUEÑOS FLORICULTORES DE LA
PROVINCIA DE COTOPAXI**

CANTONES	PLANTACIONES
Latacunga	62
Salcedo	37
Saquisilí	15
Pujilí	23
Subtotal	137
Broker's	
UBICACIÓN	UNIDADES
Locales	7
Nacionales	500
Extranjeros	9300
TOTAL	9807

*Fuente: CENEC-INEC- EXPOFLORES
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Según fuente de información secundaria en el cuadro N°6, se detalla la segmentación de mercado que involucra a todos los pequeños floricultores de los cantones de Latacunga, Salcedo, Saquisilí y Pujilí, cuyo universo de estudio lo constituye 137 productores, quienes serán objeto de esta investigación.

Adicionalmente se consideró la información obtenida en Expoflores, que existen 9.807 Broker's a nivel nacional e internacional constituidos legalmente, universo que servirá para identificar a este mercado lo cual permita obtener datos precisos, que arrojen datos veraces para la investigación.

2.2.8.1 Muestra

Para poder realizar de mejor manera el estudio de mercado, se tomara en cuenta al total de las pequeñas plantaciones de la provincia de Cotopaxi considerando que es una cantidad aplicable al 100%, mientras que para el numero de brokers o comercializadoras es necesario encontrar una muestra que sea representativa al universo y la vez que permita la aplicación de los instrumentos de investigación, para lo cual se utilizará la siguiente formula.

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) (E/K)^2 + PQ}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población o universo

P = Probabilidad de factibilidad (0.5)

Q = Probabilidad de no factibilidad (0.5)

E = Margen de error (7%)

K = Coeficiente de error (2)

$$n = \frac{0.25 * 9.807}{(3.507 - 1) (0.07/2)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{2.452}{(3.506) (0.0049/4)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{2452}{12.74}$$

$$n = 192$$

La muestra obtenida es de 192 empresas comercializadoras o broker's, las mismas que serán encuestadas para obtener información y desarrollar de mejor manera la investigación, considerando un error al momento de tomar la información del 7 %.

- *Distribución Muestral*

Una vez obtenido el tamaño de la muestra, es necesario realizar una distribución muestral, la misma que permitirá identificar la composición de la misma.

CUADRO N° 7: DISTRIBUCIÓN MUESTRAL BROKER'S

UBICACIÓN	UNIDADES	%
Locales	2	1 %
Nacionales	13	14 %
Extranjeros	177	85 %
TOTAL	192	100%

Elaborado Por: Héctor Rocha.

Para desarrollar de mejor manera la investigación, En el cuadro N° 7 se detalla la distribución muestral, misma que estará distribuida de la siguiente manera: 1% por broker's, locales, 14% por broker's, nacionales y el 85% por broker's, extranjeros.

CUADRO N° 8: PLANIFICACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

RECURSOS	DESCRIPCIÓN	TIEMPO DE EVALUACIÓN
Humanos	2 Personas	2 semanas
Materiales	Cuestionario, esferos, calculadoras, borrador, lápiz.	1 Semana

Elaborado Por: Héctor Rocha.

En el cuadro anterior se puede observar la planificación de campo que se realizara para tomar la información.

2.2.9 Análisis e Interpretación de los Instrumentos

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PEQUEÑOS FLORICULTORES DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

Nombre:.....

Fecha.....

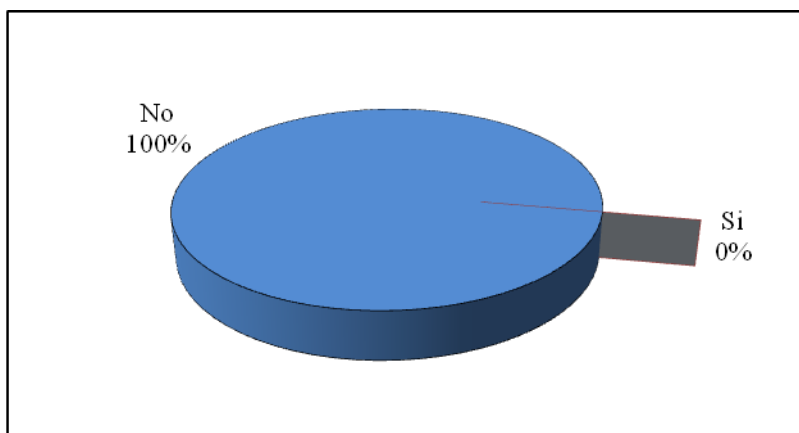
Pregunta N° 1

¿Conoce usted de un centro de acopio de flores ornamentales de exportación en la ciudad de Latacunga?

CUADRO N° 9: CONOCIMIENTO DEL SERVICIO EN EL MERCADO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	137	100%
TOTAL	137	100%

GRÁFICO N° 5: CONOCIMIENTO DEL SERVICIO



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

Aplicada la encuesta y tabulada la información, se obtuvo como resultado que el 100 % de la población investigada, no conoce la existencia de algún centro acopio de flores ornamentales de exportación en la ciudad de Latacunga.

Interpretación

El resultado obtenido mediante fuentes de información primaria, revela que no existen este tipo de servicios en el medio en el que se pretende ejecutar el proyecto, haciendo cada vez más atractiva la idea de negocio.

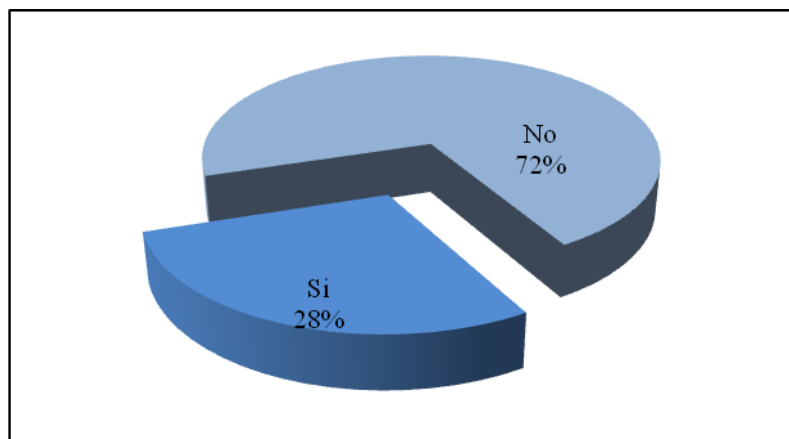
Pregunta N° 2

¿De crearse un centro de acopio de flores ornamentales de exportación, desearía usted comercializar sus productos, a través del mismo?

CUADRO N° 10: UTILIZACIÓN DEL SERVICIO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	39	28%
No	98	72%
Total	137	100%

GRÁFICO N° 6: USO DEL SERVICIO.



Fuente: Encuestas

Elaborador Por: Héctor Rocha.

Análisis

Como resultado de la investigación, el 28% la población encuestada respondió que si utilizaría el servicio propuesto y el 72% contestó que no harían uso del servicio en el caso de crearse el centro de acopio de flores ornamentales de exportación.

Interpretación

El resultado obtenido muestra claramente que el proyecto propuesto tiene un nivel de aceptación dentro del mercado de florícola de la provincia, considerando que la producción es sumamente extensa que permite desarrollar y justificar al investigador la ejecución del presente proyecto.

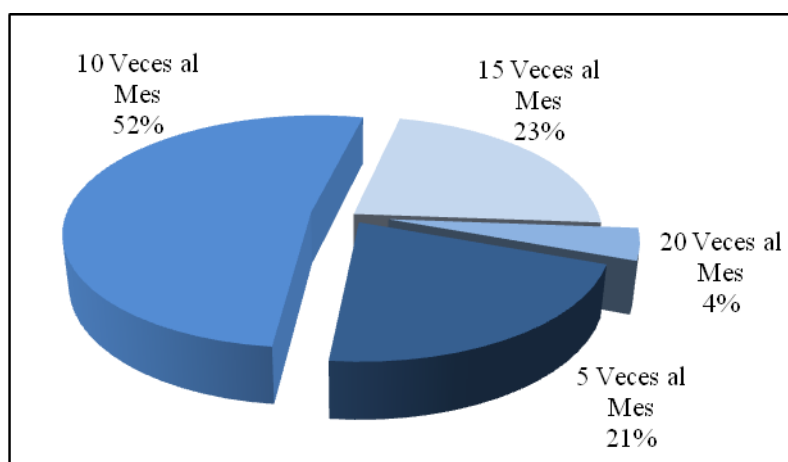
Pregunta N° 3

¿Una vez que entre a operar en el mercado el centro de acopio de flores ornamentales en la ciudad de Latacunga, con qué frecuencia le gustaría utilizar este servicio?

CUADRO N° 11: FRECUENCIA DE CONSUMO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 Veces al Mes	29	21%
10 Veces al Mes	71	52%
15 Veces al Mes	31	23%
20 Veces al Mes	6	4%
TOTAL	137	100%

GRÁFICO N° 7 CONSUMO MENSUAL



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos, el 4 % de la población respondió que veinte veces al mes le gustaría hacer uso del servicio propuesto, el 21 % cinco veces al mes, el 23 % quince veces al mes y el 52% diez veces al mes.

Interpretación

De la información anterior, se concluye que existe un alto nivel de consumo por el servicio ofrecido, información útil que deberá ser considerada para poder realizar una excelente planificación de infraestructura física para cumplir con los requerimientos del mercado.

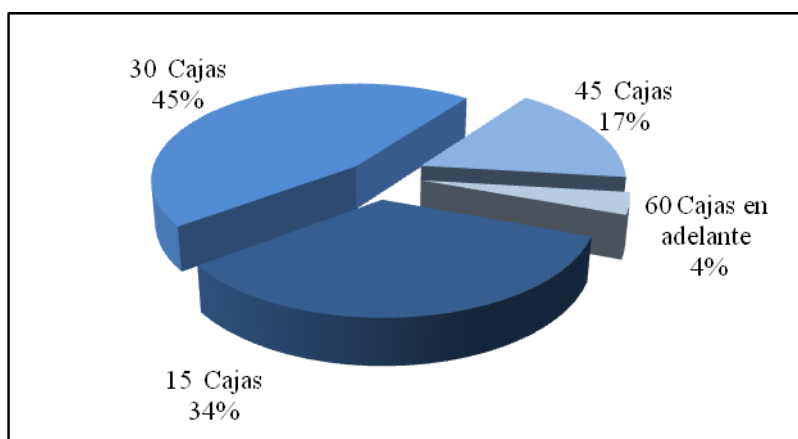
Pregunta N° 4

¿Cuál es el volumen de producción mensual de flores de exportación, en su plantación?

CUADRO N° 12: PRODUCCIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 Cajas	47	34%
30 Cajas	62	45%
45 Cajas	23	17%
60 Cajas en adelante	5	4%
TOTAL	137	100%

GRÁFICO N° 8: VOLUMEN DE PRODUCCIÓN



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

De la población encuestada el 4% respondió que su volumen de producción es 60 cajas mensuales, el 17% - 45 cajas, el 34% - 15 cajas, el 45% - 30 cajas, cantidad óptima que refleja la gran producción florícola de la provincia.

Interpretación

El resultado obtenido muestra el excelente volumen de producción de los pequeños floricultores de la provincia, información que evidencia la existencia de la demanda, lo que es conveniente para la implementación del nuevo proyecto.

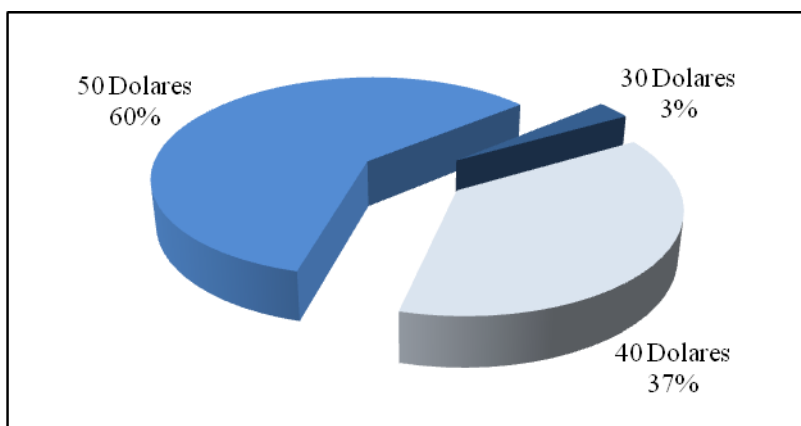
Pregunta N° 5

¿Cuál es el precio promedio le gustaría a usted recibir producto de la venta de una caja de flor de exportación?

CUADRO N° 13: PRECIO PROMEDIO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 Dólares	4	3%
40 Dólares	51	37%
50 Dólares	82	60%
TOTAL	137	100%

GRÁFICO N° 9: PRECIO PROMEDIO DEL MERCADO



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

De las encuestas realizadas el 3% de los encuestados respondió que le gustaría recibir \$ 30 dólares como parte de pago producto de la venta de una caja de flor, el 37% - \$ 40 dólares y mayoritariamente el 60% respondió \$ 50 dólares.

Interpretación

De acuerdo a la información obtenida se establece que el valor económico que los pequeños productores estarían dispuesto a recibir producto de sus ventas es \$ 60 dólares, cantidad que se debe considerar para realizar adecuadamente los respectivos análisis dentro del estudio financiero.

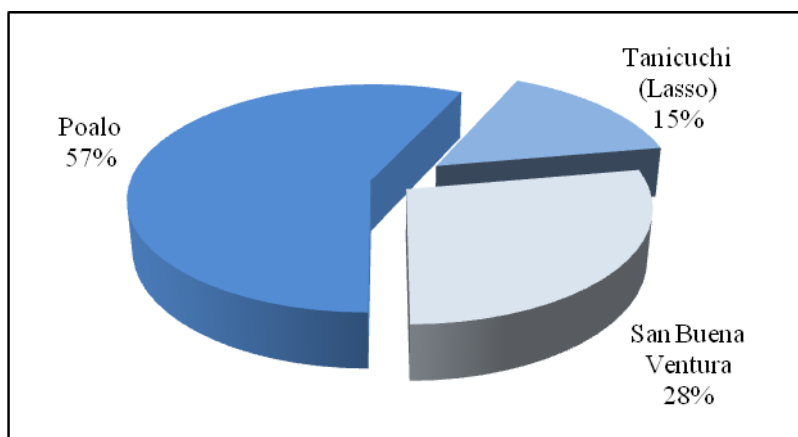
Pregunta N° 6

¿De crearse el centro de acopio de flores ornamentales, en qué lugar del cantón Latacunga le gustaría que se ubique?

CUADRO N° 14: UBICACIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
San Buena Ventura	38	28%
Poaló	78	57%
Tanicuchí (Lasso)	21	15%
TOTAL	137	100%

GRÁFICO N° 10: PREFERENCIA DE UBICACIÓN



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

Tabulada la información el 15% de la población tiene preferencia para que el centro de acopio de flores de flore ornamentales se ubique en la Parroquia de Tanicuchí, el 28 % en san Buena Ventura y el 58% prefieren la Parroquia de Poaló.

Interpretación

Dentro de la ejecución del proyecto la información obtenida servirá como punto de referencia para determinar la micro localización, previo a la realización de una matriz de ponderación por puntos.

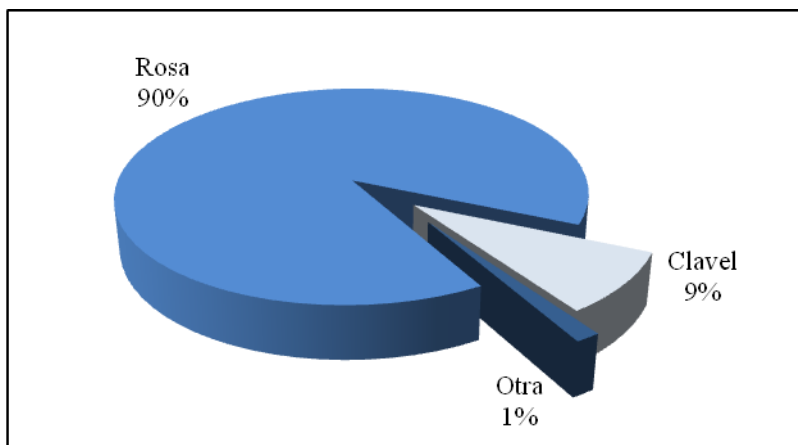
Pregunta N° 7

¿Qué tipo de flor cultiva usted?

CUADRO N° 15: TIPO DE CULTIVO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rosa	123	90%
Clavel	12	9%
Otra	2	1%
TOTAL	137	100%

GRÁFICO N° 11: TIPO DE CULTIVO



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

Del total de la población encuestada el 1% respondió que cultiva otro tipo de flores, el 49% respondió que cultivan clavel y el 90% respondió que cultiva rosa.

Interpretación

La información obtenida muestra que la mayor producción de flores realizadas por los pequeños productores de la provincia son las Rosas y el Clavel, información para determinar el producto que debe ser comercializado mayoritariamente dentro del presente proyecto.

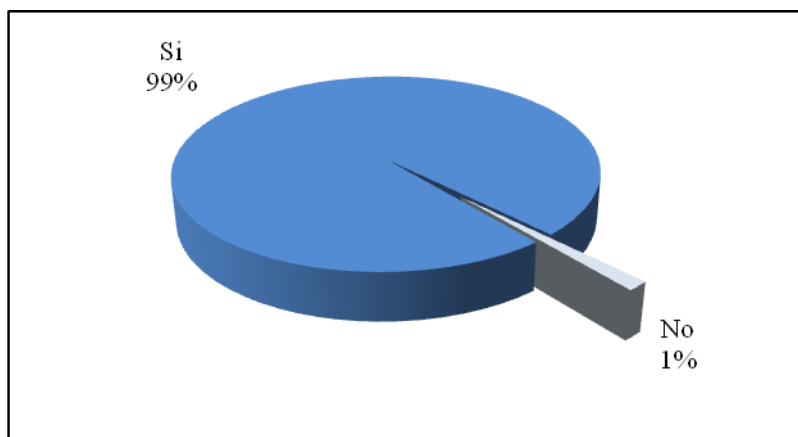
Pregunta N° 8

¿Considera usted que la creación de un centro de acopio de flores ornamentales, mejorara notablemente la situación económica de su familia?

CUADRO N° 16: SITUACIÓN ECONÓMICA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	135	99%
No	2	1%
TOTAL	137	100%

GRÁFICO N° 12: PERSPECTIVA DEL NEGOCIO



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

Tabuladas las encuestas apenas el 1% de la población consultada respondió que la creación del nuevo proyecto no cambiaría la situación económica de su familia, mientras que 99% respondió que este proyecto si mejoraría notablemente su situación económica.

Interpretación

Esta información es de gran importancia dentro de la ejecución del proyecto, ya que la misma permitirá analizar de mejor manera el impacto socioeconómico que tendrá el proyecto tras su ejecución en la sociedad.

ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES “BORKERS”

Nombre.....

Fecha:.....

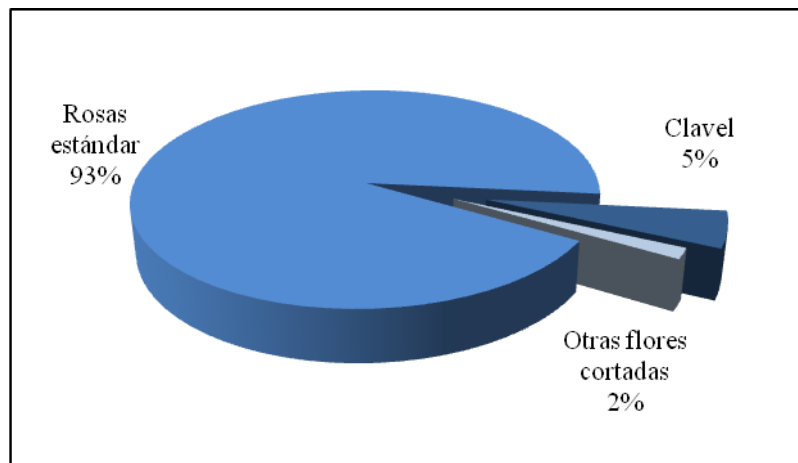
Pregunta N° 1

¿Cuál es el tipo de flor que usted comercializa?

CUADRO N° 17: FLOR COMERCIALIZADA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rosas estándar	179	93%
Clavel	10	5%
Otras flores cortadas	3	2%
TOTAL	192	100%

GRÁFICO N° 13: TIPO DE FLOR



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

Tabuladas las encuestas el 2% de la población consultada respondió que comercializan otro tipo de flores, el 5% clavel y el 93 % respondió que comercializan Rosas.

Interpretación

Esta información es de gran relevancia ya que la misma está relacionada con el tipo de producción que realizan los pequeños productores de la provincia de Cotopaxi, resultado que favorece dentro de la aplicación de este proyecto.

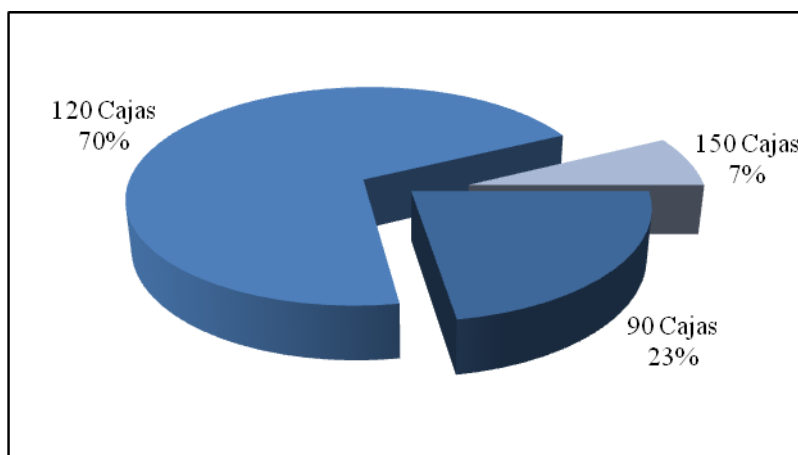
Pregunta N° 2

¿Cuál es la cantidad promedio de cajas full compra mensualmente?

CUADRO N° 18: PROMEDIO DE COMPRA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
90 Cajas	43	22%
120 Cajas	135	70%
150 Cajas	14	7%
TOTAL	192	100%

GRÁFICO N° 14: VOLUMEN DE COMPRAS



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

De las encuestas aplicadas el 7% de los broker's consultados respondió que comercializan 150 cajas de flores mensualmente, el 22% - 90 cajas y el 70 % respondió que comercializan 120 cajas.

Interpretación

Esta información evidencia que actualmente en el mercado internacional de flores existe gran demanda, datos convenientes y que generan interés por invertir en la implementación de la nueva empresa.

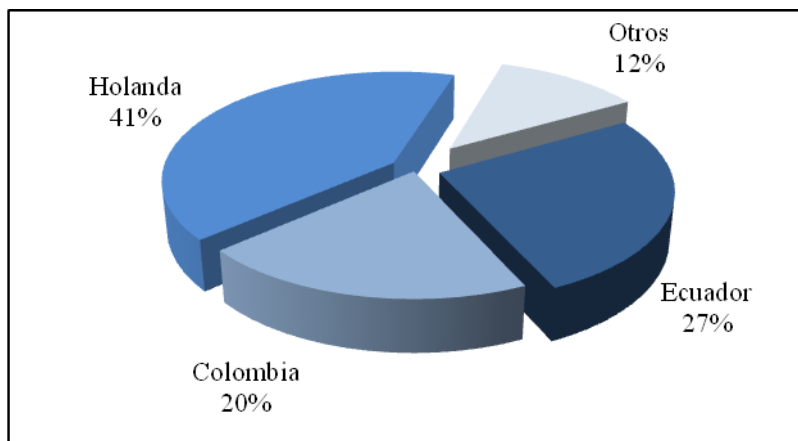
Pregunta N° 3

¿De qué país provienen las flores que usted comercializa?

CUADRO N° 19: PAÍS DE PROCEDENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecuador	51	27%
Colombia	39	20%
Holanda	79	41%
Otros	23	12%
TOTAL	192	100%

GRÁFICO N° 15: PROCEDENCIA DE LAS FLORES



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha*

Análisis

Según los datos obtenidos el 12% de los broker's consultados respondió que las flores que comercializan provienen de varios países, el 20% de Colombia, el 27% de Ecuador y el 41% de comercializan las flores provenientes de Holanda.

Interpretación

Este resultado evidencia que el Ecuador es uno de los países productores de flores con mayor participación en el mercado internacional, evidenciando así la necesidad para la ejecución del nuevo negocio.

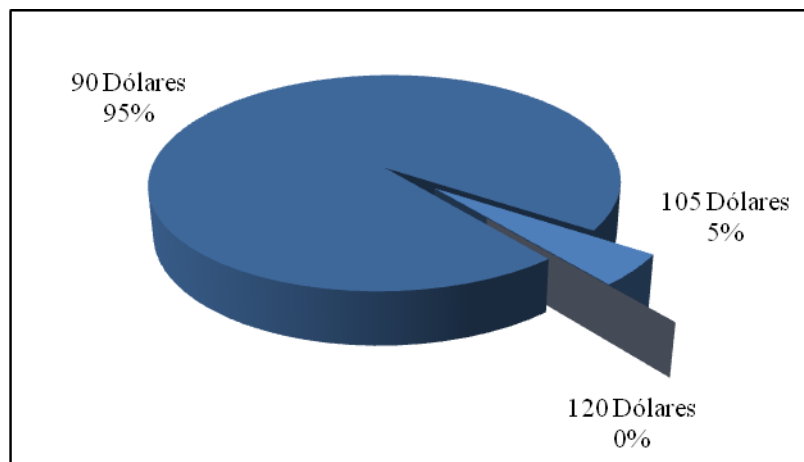
Pregunta N° 4

¿Cuál sería el precio promedio que estaría dispuesto pagar por la compra de una caja de flor ecuatoriana?

CUADRO N° 20: PRECIOS DE COMPRA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
90 Dólares	183	95%
105 Dólares	9	5%
120 Dólares	0	0%
TOTAL	192	100%

GRÁFICO N° 16: PRECIOS DE COMPRA



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

Tabulada la información el 5% de los broker's consultados respondió que estarían dispuesto a pagar 105 dólares por cada caja de flor y el 95% respondió que 90 dólares.

Interpretación

Este resultado evidencia el excelente precio que tiene la flor ecuatoriana en el mercado internacional, que a comparación del precio nacionales notable la diferencia, lo que demuestra que el producto puede generar buenas utilidades al momento de comercializar el producto en el mercado.

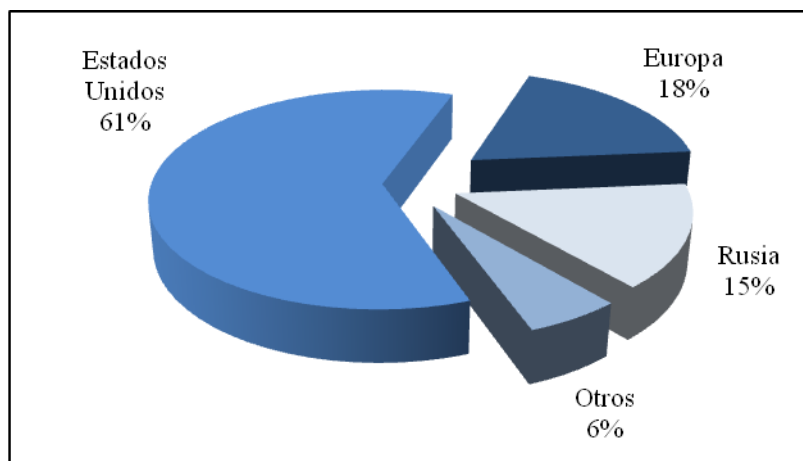
Pregunta N° 5

¿Cuál es el principal País al que destina sus ventas?

CUADRO N° 21: PAÍS DE DESTINO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estados Unidos	117	61%
Europa	35	18%
Rusia	29	15%
Otros	11	6%
TOTAL	192	100%

GRÁFICO N° 17: DESTINO DE LAS VENTAS



*Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.*

Análisis

El 6% de los broker's encuestados respondió que destinan sus ventas a varios países del mundo, el 15% destina a Rusia, El 18% a Europa y el 61% a Estados Unidos.

Interpretación

Esta información guarda estrecha relación con la información obtenida en la página WEB de Central del Ecuador en la que menciona a los Estados Unidos como principal país de destino de la flor ecuatoriana.

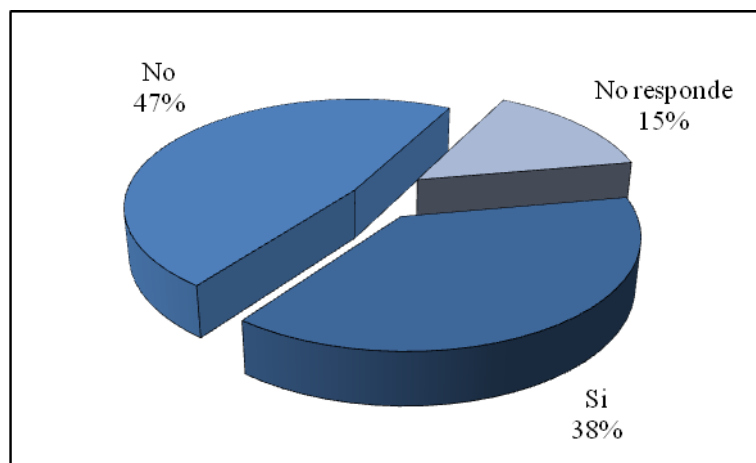
Pregunta N° 6

¿De crearse un centro de acopio de flores ornamentales de exportación en la provincia de Cotopaxi – Ecuador. Estaría dispuesto a comprar y comercializar las flores a través de este nuevo centro?

CUADRO N° 22: UTILIZACIÓN DEL SERVICIO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	73	38%
No	91	47%
No responde	28	15%
Total	192	100%

GRÁFICO N° 18: DISPOSICIÓN POR UTILIZAR EL SERVICIO



Fuente: Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha.

Análisis

Contabilizada la información el 38% de los broker's encuestados respondió que si compraría las flores en el centro de acopio y el 47% respondió que no lo haría y el 15 % no respondió la pregunta.

Interpretación

De la información obtenida se concluye, que el nuevo negocio tendrá una excelente demanda en los mercados internacionales, información relevante de augura el éxito del negocio en el mercado internacional.

2.2.10 Análisis e Interpretación de Resultados

Mediante la aplicación de la encuesta a los 137 pequeños productores de Cotopaxi, se pudo concluir que, actualmente en la provincia no existe ningún establecimiento que se dedique específicamente al acopio de flores ornamentales, información que evidencia la necesidad del servicio en el mercado.

En lo que tiene que ver al porcentaje de aceptación, se identificó que el 28% de la población, si le gustaría hacer uso del nuevo servicio, además, se estableció que el 52% de los encuestados harán uso 10 veces al mes de este servicio propuesto, quedando demostrado de esta manera lo viable del proyecto.

Se determinó que volumen de producción de los pequeños floricultores de la provincia es de 30 cajas mensuales y 50 dólares el precio promedio por el que estarían dispuestos a comercializar las mismas, información de gran importancia que permitirá realizar de mejor manera el estudio técnico del proyecto.

Además, se identificó a la parroquia Poaló como el lugar donde posiblemente se ubicaría el proyecto, así como también se identificó que la rosa es el tipo de producto que se cultiva mayoritariamente en la Provincia.

Por último el segmento de mercado investigado respondió que la ejecución del nuevo proyecto mejoraría considerablemente la situación económica de su familia, quedando demostrado los beneficios sociales que traería la puesta en marcha del proyecto.

Los datos obtenidos en la investigación reflejan la aceptación que tiene esta propuesta en el mercado, evidenciando así, la existencia de demanda y el éxito económico que generaría la ejecución de la nueva empresa.

En lo que tiene que ver con la aplicación de la encuesta dirigida a los broker's, se concluye, que el tipo de flor que estos venden son las rosas y que volumen que

comercializan son 300 cajas semanalmente, datos favorables que ratifican la existencia de demanda en el mercado internacional.

En cuanto a la procedencia de los productos, Ecuador es el segundo país con participación en el mercado de las flores, y el precio promedio por el que se comercializa una caja de flor es de 90 dólares, valor que refleja el excelente precio que tiene la flor ecuatoriana en el mercado internacional lo que motiva la ejecución del proyecto.

Por último, se identificó al mercado americano, ruso y español como los principales países de destino de las flores ecuatorianas y se pudo establecer que existe gran demanda de flores en el mercado internacional.

Para finalizar, se concluye que esta investigación se realizó con el objeto de determinar la posibilidad de participar con el nuevo servicio en el mercado de los broker's o comercializadores y así, tener una idea clara del mercado en el que se pretende incursionar.

2.3 Definición de Productos

La identificación clara y precisa de los productos, permitirá identificar todas las características y clasificación por uso y efecto de los servicios que se plantean ofertar en presente proyecto.

Los servicios que se pretenden poner en consideración del mercado son:

2.3.1 Acopio de Flores

También llamados centros de reaprovechamiento, llamado así porque precisamente es donde vamos a reunir la materia prima (flores) que mediante un trabajo de pos cosecha nos permite obtener un producto de calidad, cumpliendo

los parámetros técnicos establecidos en el sector florícola, esta clasificación tiene que ver con la utilización que el consumidor haga de la flor.

FIGURA N°1: PROTOTIPO DE CENTRO DE ACOPIO



2.3.1.1 Características Operacionales del Centro de Acopio de Flores.

Para el correcto aprovechamiento de la materia prima a almacenar en el centro se debe considerar las siguientes características operacionales.

- *Tamaño de las salas*

Las salas para pos cosecha deben ser diseñadas de acuerdo a las necesidades de un pico, pensando en no generar aglomeraciones de gente, mesas, baldes, dejar espacio para trabajar tiempos, movimientos, flujos y mecanización de procesos sobre todo siempre pensando en futuras ampliaciones.

FIGURA N° 2: SALA DE POST COSECHA



- *Temperatura, Aireación, Humedad*

Se debe pensar que las flores son seres vivos, por lo tanto necesitan de condiciones óptimas de aireación, temperatura y humedad, evitando que el ambiente sea propenso a altas temperaturas, concentraciones de etileno o deshidratación de la flor.

- *Iluminación*

Las pos cosechas deben tener un alto valor de iluminación pensando en que el trabajo que se hace de forma meticulosa, tratando de utilizar luz que evite el cansancio visual de las personas.

FIGURA N°3: ILUMINACIÓN DE SALA DE POSTE COSECHA



- *Mesas de clasificación*

Deben ser de un número suficiente para evitar aglomeraciones, también deben ser ergonómicas para evitar lesiones en los operarios, bien señalizadas, etc.

FIGURA N°4: MESA DE CLASIFICACIÓN



- *Recipientes para el tratamiento*

Se debe buscar un tipo de recipiente de fácil transporte, limpieza y que no reaccione con las sustancias químicas.

FIGURA N°5: RECIPIENTES PARA EL TRATAMIENTO



- *Cuartos fríos*

Estos deben ser diseñados para la máxima producción y no para el promedio, cumpliendo así el objetivo del enfriamiento.

FIGURA N°6: CUARTO FRIO



2.3.2 Exportación.

Se refiere únicamente a la comercialización de los productos producidos en un país a otro, este intercambio comercial es considerado como un motor que genera varios beneficios a las partes involucradas.

De acuerdo a las expresiones del presidente de la Agencia Ecuatoriana de aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), el incremento de las exportaciones de flores, en los próximos años, dependerá de la capacidad de las empresas para crear sus propias oportunidades de negocios.

Considerando la información anterior, se pretende crear e implantar en el mercado este nuevo negocio, confiados en la capacidad intelectual de los profesionales involucrados que han visto necesidad de crear nuevas fuentes de empleo, generar riqueza y sobre todo colaborar con el buen vivir de la sociedad, a través de la comercialización en el exterior de flores producidas en la provincia de Cotopaxi.

La exportación de la flor que abarca el centro de acopio estará a cargo del departamento de ventas, dicho departamento debe tener el personal idóneo para cumplir esta actividad que permita llegar al mercado meta trazado por el investigador.

2.4 Mercado Meta

Se refiere al grupo objetivo al que se pretende llegar con el producto tras la ejecución del proyecto, para lo cual, se debe tener en cuenta una serie de variables como se muestra a continuación:

2.4.1 Variables Geográficas

Teniendo en cuenta la información obtenida de la página WEB del Banco Central del Ecuador (cuadro N°4), para este análisis se considerara únicamente como objeto de estudio a los broker's de los países como: Estados Unidos, España y

Rusia ya que son los principales países de destino de la producción florícola del país.

En estos países existe un número aproximado de 9.300 comercializadores de flores o broker's según el proyecto SICA, mismos que poseen una amplia estructura de comercialización y el desarrollo de su mercado interno y externo es intensivo debido a la utilización de la tecnología para esta actividad.

2.4.2 Variables Socioeconómicas

Estados Unidos, Rusia y España son países que se caracterizan por tener una sociedad que se conforma por diferentes razas con diversidad de necesidades, por tal razón, el nuevo producto va a ser direccionado a las pequeñas y medianas empresas comercializadoras de flores ya que este tipo de empresas nos permite trabajar de manera más accesible en el asunto de exigencias de certificaciones ISO o algún otro tipo de requisito que exigen los grandes broker's del mundo.

2.4.3 Variables Psicó Geográficas

La regularidad de compra dentro de los Estados Unidos, Rusia y España es cíclica y depende de factores sociales como la cultura y costumbres, lo cual genera oportunidades alternativas de venta y de precio estacionalmente o por fiesta.

Con relación a las flores, el mercado Americano, Ruso y Español alcanza su mejor momento en los días que anteceden a San Valentín, día de la Madre y Navidad, siendo las rosa y el clavel los productos más adquiridos en estos mercados.

Bajo estas consideraciones es necesario aclarar que el presente proyecto no solo estará enfocado en satisfacer las necesidades del mercado Americano, Ruso y español, si no también, estará dirigido a generar nuevos nichos de mercados que permitan incentivar el consumo mundial de la flor ecuatoriana y en especial a satisfacer las necesidades de todos los mercados internacionales.

CUADRO N° 23: MERCADO META

VARIABLE	SEGMENTO	CANTIDAD	
Geográfica	Broker's E.E.U.U	6100	
	Broker's Rusia	2000	
	Broker's España	1200	
	<i>SUB TOTAL</i>	9300	
Demográfica	Broker's E.E.U.U		
	Medianos y Pequeños	2440	
	Broker's Rusia		
	Medianos y Pequeños	800	
	Broker's España		
	Medianos y Pequeños	480	
	<i>SUB TOTAL</i>	3720	
Piscó geográfica	Broker's E.E.U.U		
	Rosa	850	
	Clavel	110	
	Otros	25	
	Broker's Rusia		
	Rosa	410	
	Clavel	30	
	Otros	10	
	Broker's España		
	Rosa	320	
	Clavel	10	
	Otros	5	
	Mercado Meta		1.730

Fuente: http://www.sica.gov.ec/negocios/biblioteca/ing/perfiles_productos/floricultores
Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se puede observar que el mercado para esta investigación, estará compuesto por aproximadamente 1.730 broker's, considerados en sus países como medianos y pequeños, mismos que tienen como preferencia de comercialización las rosas y el clavel; información obtenida mediante fuente secundaria del proyecto SICA.

2.5 Análisis de la Demanda

Dentro del desarrollo de la investigación es indispensable realizar este análisis, ya que esta herramienta permitirá determinar cuál es el número de posibles clientes

que harán uso de los productos o servicios que se pretenden poner en consideración del mercado, a través, del centro de acopio de flores ornamentales de exportación.

2.5.1 Demanda Actual

Una vez analizada la información obtenida en las encuestas, se pudo concluir que el segmento de mercado considerado no está debidamente satisfecho, por lo que se hace indispensable determinar la demanda actual en cajas de flores cajas como se muestra a continuación:

CUADRO N° 24: DEMANDA ACTUAL

MERCADO META	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	POSIBLE POBLACIÓN CONSUMIDORA	PROMEDIO DE COMPRA MENSUAL	FRECUENCIA RELATIVA	DEMANDA ACTUAL
1,730	28%	484	70	12	406,896

*Fuente: Investigación de Mercado
Elaborador Por: Héctor Rocha*

En el cuadro anterior se determinó la cantidad en cajas de flores que demanda actualmente el mercado en los países considerados, valor obtenido al multiplicar el mercado meta por el porcentaje de aceptación que tiene el nuevo servicio en el mercado, por el volumen de compra mensual y por la frecuencia relativa.

CUADRO N° 25: DEMANDA ACTUAL POR PRODUCTOS

PRODUCTOS	FRECUENCIA RELATIVA	DEMANDA ACTUAL POR PRODUCTOS (EN CAJAS DE FLORES)
Rosas	93%	379,346
Clavel	5%	21,193
Otras flores	2%	6,358
Total	100%	406,896

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro N° 25, se cuantifica la demanda actual por productos que tendrá el centro de acopio de flores ornamentales, dato obtenido al multiplicar la frecuencia relativa obtenida en la investigación de mercado por la demanda actual.

2.5.2 Proyección de la Demanda

Dentro de esta investigación la proyección de la demanda se la realizara para cinco teniendo en cuenta en tiempo en el que pretende recuperar la inversión.

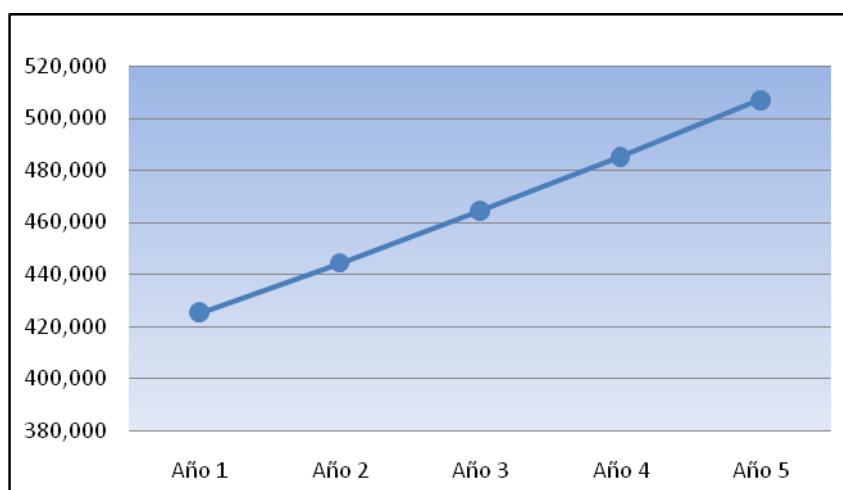
CUADRO N° 26: DEMANDA PROYECTADA

PRODUCTOS	DEMANDA ACTUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rosas	379,346	396,416	414,255	432,897	452,377	472,734
Clavel	21,193	22,146	23,143	24,184	25,272	26,410
Otras flores	6,358	6,644	6,943	7,255	7,582	7,923
TOTAL	406,896	425,206	444,341	464,336	485,231	507,066

*Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborador Por: Héctor Rocha*

Para poder realizar esta proyección se tomó como base la demanda actual, multiplicada por 4.5% (ratio), que es el porcentaje de crecimiento que han tenido las exportaciones de flores en el último año, información obtenida mediante fuente de información secundaria proporcionada por el Banco central del Ecuador (BCE).

GRÁFICO N° 19: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA



Elaborador Por: Héctor Rocha

En la gráfica expuesta se puede observar la tendencia proporcional que tendrá la demanda expresada en unidades de cajas de flores, justificando de esta manera el éxito del negocio.

2.6 Análisis de la oferta

En esta parte de la investigación se pretende cuantificar la cantidad de productos que la competencia puede o pretende poner en consideración del mercado, además se identificarán si existen o no establecimientos que ofrecen servicios de similares características a los establecidos en el proyecto.

2.6.1 Oferta Actual

De acuerdo al Censo Económico realizado por el INEC en el año 2010, lamentablemente en la provincia de Cotopaxi no existe ningún establecimiento que se dedique específicamente al acopio de flores ornamentales de exportación, lo que si existen, son comercializadores y las grandes plantaciones con sus respectivos departamentos de ventas, por tal razón, se concluye que no existe competencia directa y se propone calcular la oferta actual de la siguiente manera:

CUADRO N° 27: OFERTA ACTUAL

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
Número de hectáreas cultivadas en Cotopaxi <i>ver cuadro N° 3</i>	647
Promedio de producción (en Plantas por hectárea)	80.000
Total producción de la provincia en tallos	51'760.000
Índice de rendimiento	0.90
Producción total en tallos	46'584.000
Porcentaje de la producción destinado para la exportación	95%
Total producción en tallos	44'254.800
Promedio de tallos por caja	400
Total Producción en Cajas de Flores	110.637

Fuente: Expoflores-Encuestas
Elaborador Por: Héctor Rocha

Para poder cuantificar el volumen de producción de los floricultores de la provincia de Cotopaxi u oferta actual, se tomó la información de los estudios publicados en la página web de Expoflores, además, se consideró las hectáreas de flores cultivadas en Cotopaxi, multiplicadas por el volumen de producción de tallos por hectárea, este resultado se multiplico por el índice de rendimiento y por

el porcentaje destinado para la exportación y por ultimo esta dato de dividió por promedio de tallos que contiene una caja de flor, obteniendo como resultado la oferta actual en cajas de flores.

CUADRO N° 28: OFERTA POR PRODUCTOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	OFERTA POR PRODUCTOS (EN CAJAS DE FLORES)
Rosa	90%	99.331
Clavel	9%	9.691
Otra	1%	1.615
Total	100%	110.637

Elaborador Por: Héctor Rocha

2.6.2 Oferta Proyectada

Por tratarse de un servicio nuevo en el mercado, y al no existir datos históricos, se estima realizar una proyección lineal de la oferta considerando un índice o patrón de crecimiento, como se muestra a continuación:

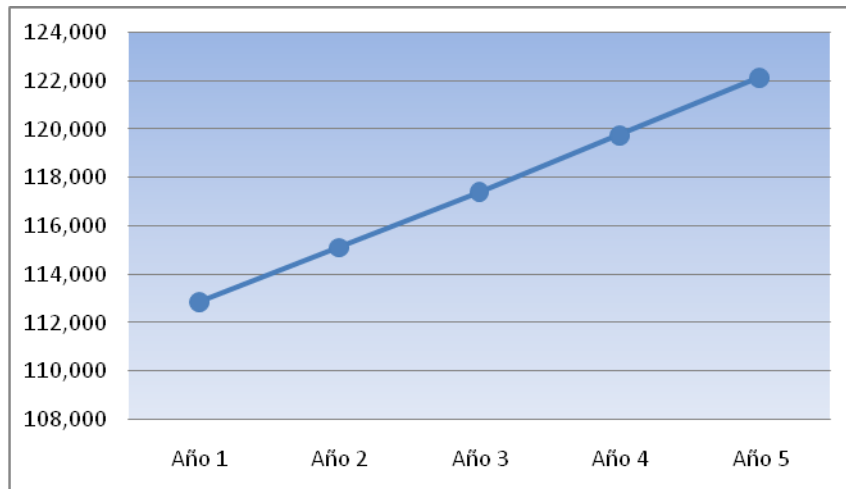
CUADRO N° 29: OFERTA PROYECTADA

PRODUCTOS	OFERTA ACTUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rosas	99,331	101,318	103,344	105,411	107,519	109,669
Clavel	9,691	9,885	10,082	10,284	10,490	10,699
Otras flores	1,615	1,647	1,680	1,714	1,748	1,783
TOTAL	110,637	112,850	115,107	117,409	119,757	122,152

Elaborador Por: Héctor Rocha

Para poder realizar la proyección de la oferta, se tomó en cuenta la información dada por el Ing. Ignacio Páez, presidente de Expoflores, quien afirmó en entrevista dada al diario La Gaceta, que el crecimiento del sector florícola en la Provincia de Cotopaxi es aproximadamente del 2% en relación al año anterior, lo que ha significado un importante aporte a la economía Provincial.

GRÁFICO N° 20: PROYECCION DE LA OFERTA



Elaborador Por: Héctor Rocha

2.7 Demanda Insatisfecha

Dentro de la investigación esta herramienta permitirá determinar técnicamente si el proyecto es factible o no, es decir, se conocerá si el segmento considerado está debidamente satisfecho con el servicio/producto que actualmente en el mercado.

CUADRO N° 30 DEMANDA INSATISFECHA

PRODUCTOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA
AÑO 1			
Rosas	396,416	101,318	295,099
Clavel	22,146	9,885	12,262
Otras flores cortadas	6,644	1,647	4,996
TOTAL	425,206	112,850	312,357
AÑO 2			
Rosas	414,255	103,344	310,911
Clavel	23,143	10,082	13,060
Otras flores cortadas	6,943	1,680	5,262
TOTAL	444,341	115,107	329,234
AÑO 3			
Rosas	432,897	105,411	327,486
Clavel	24,184	10,284	13,900
Otras flores cortadas	7,255	1,714	5,541
TOTAL	464,336	117,409	346,927
AÑO 4			
Rosas	452,377	107,519	344,858
Clavel	25,272	10,490	14,783
Otras flores cortadas	7,582	1,748	5,833
TOTAL	485,231	119,757	365,474
AÑO 5			
Rosas	472,734	109,669	363,064
Clavel	26,410	10,699	15,710
Otras flores cortadas	7,923	1,783	6,140
TOTAL	507,066	122,152	384,914

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se puede apreciar claramente la existencia de demanda insatisfecha en el mercado considerado para el servicio del centro de acopio de flores ornamentales de exportación, valor obtenido al restar la demanda actual menos la oferta actual, quedando demostrado de esta manera la factibilidad del proyecto y éxito del negocio.

2.8 Análisis de Precios

2.8.1 Precios Históricos

Se refiere básicamente al análisis del comportamiento que han tenido los precios en mercado, se constituye un referente para el establecimiento de los valores de los productos que se comercializaran tras la ejecución del proyecto, en el siguiente cuadro se detallan los precios que se manejan actualmente en el mercado:

CUADRO N° 31 PRECIOS EN EL MERCADO EN DÓLARES

DESCRIPCIÓN	PRECIO PROMEDIO UNITARIO (CENTAVOS)	VALOR PROMEDIO POR CAJA
Rosas	0.25	100
Clavel	0.125	125
Otros	0.20	80

Fuente: Expoflores/BCE

Elaborador Por: Héctor Rocha

El cuadro N°31 muestra el listado de precios promedio en unidades y cajas de flores que se manejan en el mercado internacional, información obtenida mediante fuente de información secundaria Expoflores y el Banco Central del Ecuador

2.8.2 Fijación de Precios

Es una labor extremadamente difícil, ya que determinar este valor dependerá básicamente del análisis de los costos y empleo de los recursos necesarios para comercializar la producción de flores de los pequeños productores de flores de la Provincia de Cotopaxi, este valor se lo determinara en el estudio financiero de la investigación.

2.8.3 Proyección de Precios

Para realizar esta proyección se tomara como punto de partida los precios actuales del mercado, además, se considerara la tasa de inflación proyectada para

el año 2012 que de acuerdo al Instituto nacional de estadísticas y Censos INEC va a ser del 6.5%.

CUADRO N° 32 PROYECCIÓN DE PRECIOS

DESCRIPCIÓN	PRECIO PROMEDIO (CAJA)	INFLACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rosas	100	6.5%	107	113	121	129	137
Clavel	125	6.5%	132	141	150	160	170
Otros	80	6.5%	85	91	97	103	110

Elaborador Por: Héctor Rocha

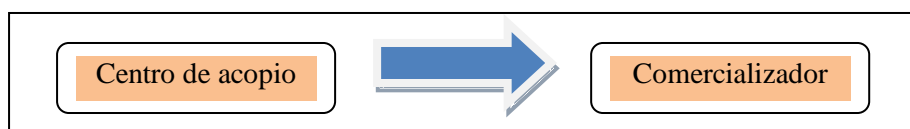
En el cuadro anterior se determinó que la variación de los precios de las cajas de flores para los próximos cinco años, la cual fluctúa entre 7 y 10 dólares dependiendo del producto, valor de gran importancia dentro de la investigación, ya que el mismo permitirá realizar un adecuado presupuesto de ingresos.

2.9 Análisis de Comercialización

2.9.1 Canal de Distribución

El canal de distribución a utilizar dentro de este proyecto será el directo, ya que el mismo permitirá llegar a los clientes de manera directa con un servicio a tiempo y de calidad.

CUADRO N° 33 CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Elaborador Por: Héctor Rocha

**CUADRO N° 34 PRINCIPALES EMPRESAS FLORICOLAS DE LA
PROVINCIA DE COTOPAXI**

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE DE LA EMPRESA
Agriful	La Rosaleda
Agrinag	Mega Roses
Agrirose	Mil Roses
Agrocoex	Naranjo Roses
Continex	Nevado Ecuador
Diamond Roses	Sierra Flor
EQR	Tambo Roses
Exrocob	Texas Flowers
Golden Rose	Top Roses
Jardines Piaveri	San Francisco

Fuente: Expoflores/BCE

Elaborador Por: Héctor Rocha

CAPITULO III

3. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

3.1 Estudio Técnico

Una vez determinada la existencia de demanda insatisfecha en el capítulo anterior, es necesario establecer las diferentes alternativas de producción para el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, con la finalidad de identificar técnica y cualitativamente los procesos y métodos necesarios para desarrollar un servicio óptimo y de calidad, que permita ejecutar el proyecto y obtener el éxito deseado del negocio.

3.1.1 Análisis del Tamaño

Esta herramienta permitirá determinar la cantidad de productos y servicios que se pretende poner en consideración del mercado tras la ejecución del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, teniendo en cuenta los siguientes aspectos.

3.1.1.1 Tamaño en Función del Mercado

Para poder realizar este análisis es necesario considerar a la demanda insatisfecha establecida en el capítulo anterior, con la finalidad de mostrar las necesidades que actualmente tiene el consumidor en el mercado, como se muestra a continuación:

CUADRO N° 35: TAMAÑO EN FUNCIÓN DEL MERCADO

AÑOS	ROSAS	CLAVEL	OTRAS FLORES CORTADAS
Año 1	295,099	12,262	4,996
Año 2	310,911	13,060	5,262
Año 3	327,486	13,900	5,541
Año 4	344,858	14,783	5,833
Año 5	363,064	15,710	6,140

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se puede observar la demanda insatisfecha que actualmente existe en el mercado para el servicio del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, información relevante de gran importancia que permitirá determinar y condicionar la capacidad de producción prevista en el proyecto.

3.1.1.2 Tamaño en Función del Financiamiento

Dentro de la ejecución del proyecto es necesario analizar de donde provendrán los recursos financieros necesarios para solventar las inversiones del nuevo negocio, es decir, en esta parte del estudio se pretende determinar cuáles serán las fuentes o aportaciones financieras que faciliten el cumplimiento de las obligaciones ha adquiridas que garanticen la ejecución del proyecto.

CUADRO N° 36: FUENTES DE FINANCIAMIENTO

FUENTES	PORCENTAJES
Propias	55%
Secundarias (Prestamos)	45%
Instituciones Privadas	
Instituciones Públicas	

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro N° 36, se especifica que el porcentaje mayor del financiamiento necesario para poder ejecutar el proyecto provendrá de fuentes propias, es decir, de aportaciones de los inversionistas sean estas en efectivo o en activos y la diferencia

provenirá de fuentes secundarias ya sean estas préstamos bancarios provenientes de instituciones públicas o privadas, para lo cual se recomienda realizar un análisis de las tasas de interés del mercado financiero antes de adquirir alguna obligación.

3.1.1.3 Tamaño en Función de la Disponibilidad de Mano de Obra

Dentro de la actividad productiva Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, se estima que inicialmente para la ejecución de las actividades de la nueva empresa se requerirá de recurso humano debidamente calificado con el propósito producir un producto de calidad. Inicialmente se tiene previsto contar con el siguiente personal:

CUADRO N° 37: MANO DE OBRA REQUERIDA

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Gerente	Unidad	1
Técnico en planificación	Unidad	1
Abogado	Unidad	1
Técnico en mercadeo	Unidad	1
Contador	Unidad	1
Secretaria	Unidad	1
Ventas (Ing. Comercio exterior)	Unidad	1
Técnico en cultivo para recepción	Unidad	1
Supervisor Control de calidad	Unidad	1
Operadores de carga/trabajadores agrícola	Unidad	4
Guardia	Unidad	2
TOTAL		15

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se determina que se requieren inicialmente de 15 personas entre mano de obra directa e indirecta para poder poner en marcha el negocio, para cual se recurrirá a los profesionales de las universidades Técnica de Cotopaxi y Ambato, ya que por la cercanía entre estas dos ciudades no será difícil conseguir mano de obra calificada para satisfacer las necesidades y expectativas del mercado.

3.1.2 Tamaño Propuesto

Para poder determinar el tamaño propuesto, es necesario aclarar que, el mismo solo podrá aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior a dicho tamaño, teniendo en cuenta esta consideración se propone el siguiente cálculo:

CUADRO N° 38: TAMAÑO PROPUESTO EN NÚMERO DE CAJAS

PRODUCTOS	DEMANDA INSATISFECHA	COBERTURA	TAMAÑO PROPUESTO
AÑO 1			
Rosas	295,099	5%	14,755
Clavel	12,262	5%	613
Otras flores cortadas	4,996	5%	250
TOTAL	312,357	5%	15,618
AÑO 2			
Rosas	310,911	5%	15,546
Clavel	13,060	5%	653
Otras flores cortadas	5,262	5%	263
TOTAL	329,234	5%	16,462
AÑO 3			
Rosas	327,486	5%	16,374
Clavel	13,900	5%	695
Otras flores cortadas	5,541	5%	277
TOTAL	346,927	5%	17,346
AÑO 4			
Rosas	344,858	5%	17,243
Clavel	14,783	5%	739
Otras flores cortadas	5,833	5%	292
TOTAL	365,474	5%	18,274
AÑO 5			
Rosas	363,064	5%	18,153
Clavel	15,710	5%	786
Otras flores cortadas	6,140	5%	307
TOTAL	384,914	5%	19,246

Elaborador Por: Héctor Rocha

Con la creación del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación se pretenderá captar el 5 % de la demanda insatisfecha existente en el mercado,

considerando la disponibilidad de todos los factores que inciden directamente dentro de la determinación del tamaño.

3.1.3 Plan de Producción

Determinado el tamaño propuesto del proyecto, es necesario establecer el siguiente plan de producción:

CUADRO N° 39 PLAN DE PRODUCCIÓN

PRODUCTOS	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Rosas	51	307	1,230	14,755
Clavel	2	13	51	613
Otras flores cortadas	1	5	21	250
TOTAL	54	325	1,301	15,618
AÑO 2				
Rosas	54	324	1,295	15,546
Clavel	2	14	54	653
Otras flores cortadas	1	5	22	263
TOTAL	57	343	1,372	16,462
AÑO 3				
Rosas	57	341	1,365	16,374
Clavel	2	14	58	695
Otras flores cortadas	1	6	23	277
TOTAL	60	361	1,446	17,346
AÑO 4				
Rosas	60	359	1,437	17,243
Clavel	3	15	62	739
Otras flores cortadas	1	6	24	292
TOTAL	63	381	1,523	18,274
AÑO 5				
Rosas	63	378	1,513	18,153
Clavel	3	16	65	786
Otras flores cortadas	1	6	26	307
TOTAL	67	401	1,604	19,246

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se detalla el volumen de producción diaria, semanal, mensual y anual, que deberá alcanzar el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de

Exportación, cálculo realizado con la finalidad de determinar las unidades productivas del negocio cuando este entre en operación.

3.1.4 Localización

La localización dentro la presente investigación permitirá identificar el sitio más adecuado donde se ubicara el nuevo negocio, de modo que se logre maximizar la rentabilidad basada en menores costos cubriendo adecuadamente las exigencias y requerimientos del proyecto.

3.1.4.1 Macro Localización

Teniendo en cuenta en enunciado anterior se concluye que el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, estará ubicado en país de Ecuador, región sierra, zona centro, provincia de Cotopaxi, específicamente en el cantón Latacunga, macro localización justificada en la siguiente información:

Cotopaxi es una provincia clave dentro de la producción nacional de flores, ya que por su excelente ubicación geográfica posee un clima adecuado que permite la producción de rosas de calidad debido a que su temperatura oscila entre 6 y 25 grados centígrados. Por otra parte se ha elegido esta provincia ya esta es considerada como eje de comunicación de norte a sur y porque actualmente posee el aeropuerto de carga más grande del país que próximamente entrara en funcionamiento lo que facilitara el traslado y comercialización de los productos.

GRÁFICO N° 21 MACROLOCALIZACION



Fuente: Biblioteca Encarta2010

3.1.4.2 Micro localización

Conocida la macro localización, se debe determinar el punto preciso donde se ubicara Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, para lo cual es necesario realizar la siguiente matriz:

CUADRO N° 40 MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

FACTORES	PESO ASIGNADO	SAN BUENA VENTURA		POALO		TANICUCHI (LASSO)	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Disponibilidad de terrenos	30%	4	1.20	5	1.50	4	1.20
Disponibilidad de mano obra	20%	4	0.80	5	1.00	4	0.80
Distancia entre proveedores.	20%	3	0.60	4	0.80	4	0.80
Servicios Básicos	10%	4	0.40	4	0.40	4	0.40
Accesibilidad	20%	4	0.80	5	1.00	5	1.00
TOTAL	100%		3.80		4.70		4.20

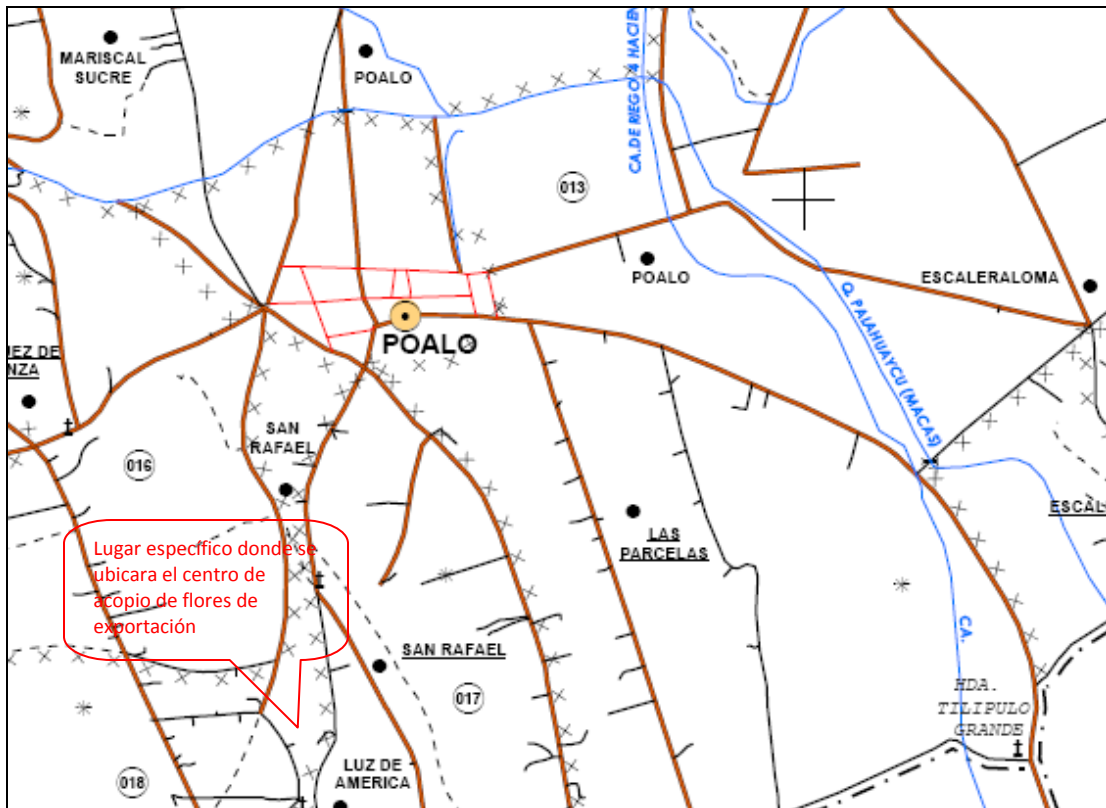
Elaborador Por: Héctor Rocha.

Con la utilización de una matriz de ponderación por puntos, se pudo determinar de acuerdo a la mayor puntuación ponderada (4.70), que el lugar preciso para el funcionamiento del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación es la Parroquia Poaló, teniendo en cuenta factores como disponibilidad de terrenos, mano de obra, fluidez del tráfico pesado (por la cercanía al paso lateral Latacunga – Ambato que se está ejecutando),, un punto céntrico para los diferentes proveedores y servicios básicos, a estos factores se suman la existencia de una infraestructura en el sector mencionado lo cual nos facilita la ejecución del proyecto.

En conclusión el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación estará ubicado en:

País: Ecuador
 Región: Sierra
 Provincia: Cotopaxi
 Cantón: Latacunga
 Parroquia: Poaló

GRÁFICO N° 22 MICROLOCALIZACIÓN



El gráfico anterior hace referencia al punto exacto donde se ubicara el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación como lo es en la parroquia Poaló del cantón Latacunga, en la vía Poaló – Los Hornos a 400 metros antes de llegar al parque central de la parroquia mencionada, barrio San Rafael.

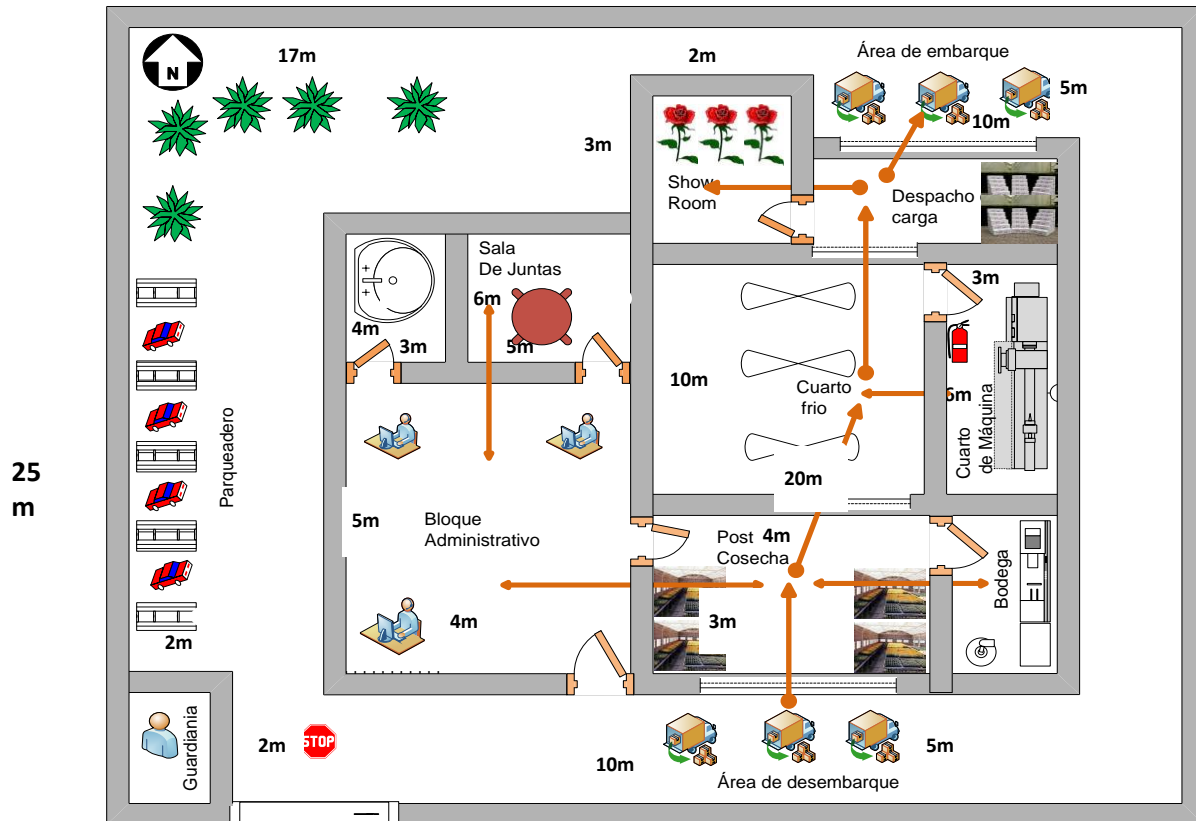
3.1.5 Layout

El layout o distribución en planta, dentro de la ejecución del proyecto tiene como objetivo realizar la representación gráfica o escrita de la nueva empresa, teniendo en cuenta que la integración todas las áreas funcionales externas e internas del nuevo negocio, faciliten el proceso productivo de acuerdo a las características técnicas de la producción.

Para poner en marcha el nuevo negocio se considera conveniente la adquisición de un lote de terreno ubicado en la parroquia de Poaló, mismo que será adecuado, e instalado, de acuerdo a las necesidades y características técnicas del proceso productivo del nuevo negocio.




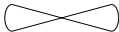

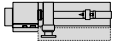





Con el propósito de aprovechar al máximo la disponibilidad de los espacios físicos y minimizar los recorridos, se propone realizar la siguiente layout, como se muestra a continuación en el gráfico# 23.

GRÁFICO N° 23 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA



18.2m

Nomenclatura

-  Bloque Administrativo
-  Área de carga y descarga
-  Post Cosecha
-  Cuarto frio
-  Bodega
-  Cuarto de Máquina
-  Despacho de carga
-  Show Room
-  Sala De Juntas
-  Parquadero
-  Espacios verdes
-  Guardiania

El grafico anterior muestra la distribución en planta, la cual estará distribuida por bloques como se detalla a continuación:

Bloque Administrativo

Comprende una superficie de construcción de 44 m², y estará compuesto de la siguiente manera:

- Gerencia, comprende una oficina de 12 m² (4 x 3 m²), esta área estará ocupada por el administrador del centro, el cual deberá velar por el cumplimiento del proceso administrativo dentro de la organización, de igual manera esta oficina estará equipada con todos los equipos de cómputo y muebles de oficina.
- Secretaria y sala de espera, comprende una oficina de 12 m² (4 x 3 m²), lugar destinado para brindar atención al público, este espacio estará equipado con todos requerimientos necesarios para brindar una atención adecuada a los futuros clientes.
- Departamento de ventas y contabilidad, comprende una oficina de 20 m² (4 x 5 m²), lugar donde se ubicara un profesional encargado de realizar las ventas en el exterior y la contadora, quien se encargara de llevar la parte contable del negocio, de igual manera esta oficina estará equipada con todos los equipos de cómputo y muebles de oficina.

Bloque de Producción

Comprende una superficie de construcción de 221 m², y estará compuesto de las siguientes áreas:

Área 2: Zona de desembarque, comprende un espacio de 50 m², lugar donde se ubicaran los camiones descarga, el cual estará diseñado con todas las comodidades para poder realizar esta actividad.

Área 3: Recepción de la flor y post cosecha, comprende un área de 12 m² (4 x 3 m²), oficina que será utilizada para recibir el producto adquirido, de igual marea esta oficina estará equipada con todos los requerimiento necesarios para cumplir con de todas la normas requeridas para realizar la exportación.

Área 4 - 6: Bodega y cuarto de máquina, comprende un espacio de 9 m², lugar donde se almacenara todas las herramientas necesarias para realizar la producción, además, en este espacio se ubicara el motor y los controles del cuarto frio.

Área 5: Cuarto Frio y área de empaque, comprende un espacio de 200 m², lugar donde se empacaran adquiridas y se almacenaran las flores lista para ser comercializadas.

Área 9: Zona de embarque, comprende un espacio de 50 m², lugar donde se ubicaran los camiones carga, de igual manera este espacio estará diseñado con todas las comodidades para poder realizar esta actividad.

Bloque Complementario

Área 8: Show Room comprende un espacio de 6 m² (2 x 3 m²), lugar donde expondrán todos los productos comercializados por el nuevo negocio.

Área 9: Sala de juntas, comprende un espacio de 30 m², lugar donde se realizaran todas las reuniones con el fin de lograr la mejora continua.

Área 11- 12: Espacios verdes y parqueaderos, comprende un espacio de 170 m², lugar destinado para el parqueo de los vehículos de los trabajadores.

Área 13: Garita, comprende un área de 4 m² donde se ubicara un guardia quien velara por la seguridad de los trabajadores y del establecimiento.

3.1.6 Ingeniería del Proyecto

Comprende todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, desde la descripción del proceso productivo, distribución en planta, requerimientos de maquinaria, equipos, edificios e inversión requerida para poner en marcha el negocio.

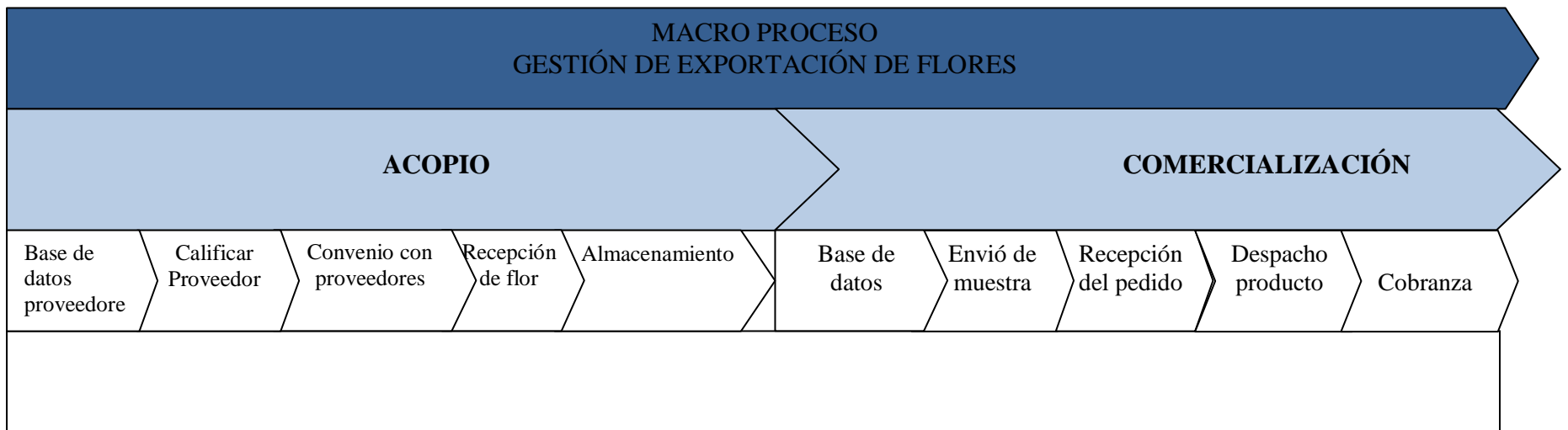
3.1.6.1 Proceso Productivo

Permite establecer técnica y sistemáticamente la configuración de los métodos y secuencias de las operaciones de los diferentes niveles de producción necesarios para brindar un servicio de calidad.

Descripción del Proceso Productivo

Para poder detallar el proceso productivo de las operaciones a realizar en el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación se utilizara como herramienta la cadena de valor y su respectivo flujo gramas de procesos, como se muestra a continuación:

GRÁFICO N° 24 CADENA DE VALOR



Elaborador Por: Héctor Rocha.

Descripción del Proceso para la Exportación de Flores

MACROPROCESO: GESTIÓN DE EXPORTACION DE FLORES (G.1)

PROCESO: ACOPIO DE FLORES (G.1.1)

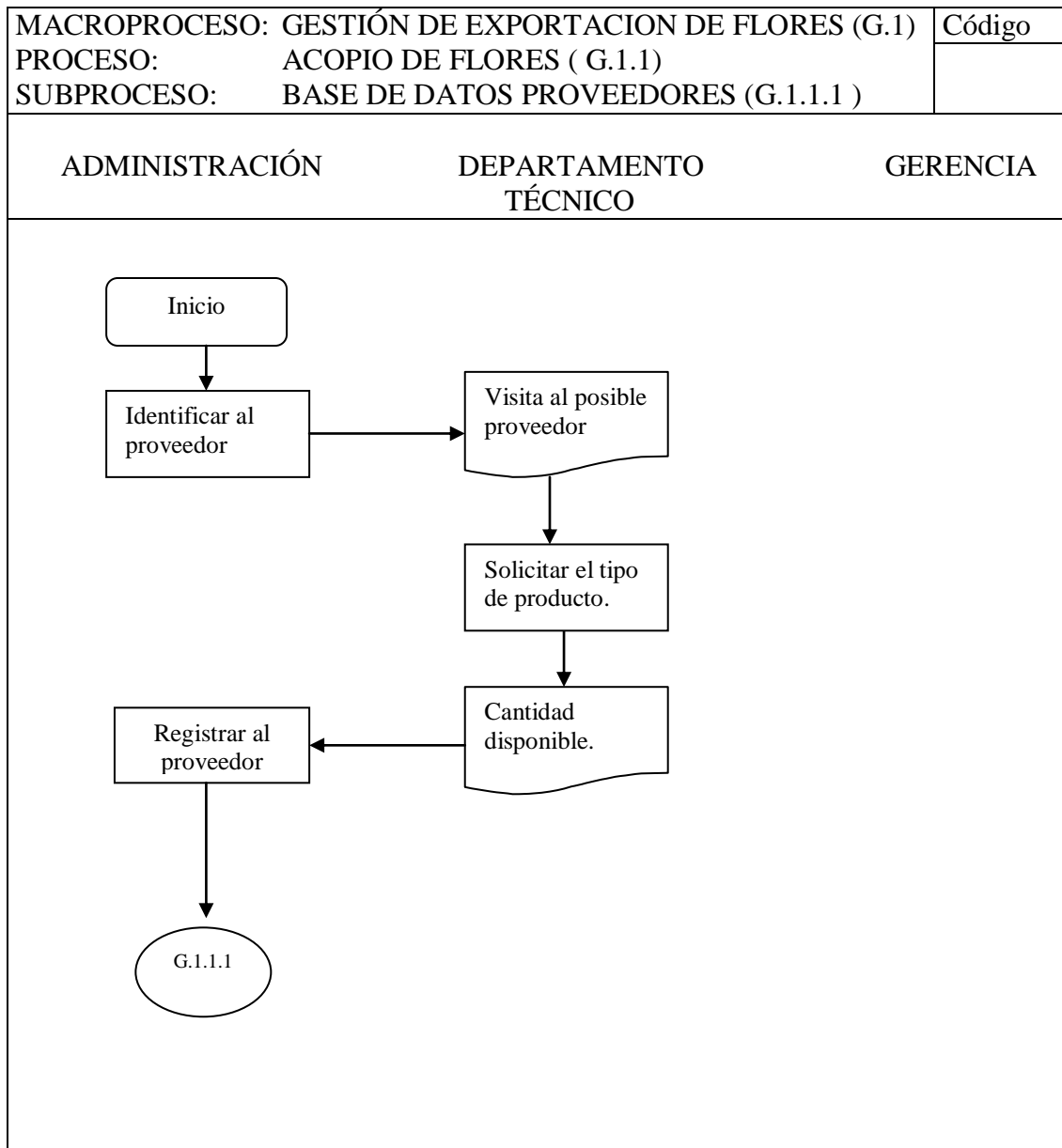
SUBPROCESO: BASE DE DATOS PROVEEDORES (G.1.1.1)

CUADRO N° 41: SUB PROCESO PARA BASE DE DATOS PROVEEDORES

N°	ACTIVIDAD	ENTIDAD	DESCRIPCION
1	Identificar al Proveedor	Administración	Implica recabar información de los pequeños productores de flores de la provincia de Cotopaxi.
2	Visitar al proveedor	Dto. Técnico	Enviar al personal técnico al lugar exacto del proveedor.
3	Disponibilidad de producto	Dto. Técnico	Tomar información del tipo de producto disponible.
	Cantidad de producción	Dto. Técnico	Solicitar la cantidad que dispone de producción semanal o mensual.
4	Registrar al proveedor	Administración	Guardar dicha información y esperar resultados.

Elaborador Por: Héctor Rocha.

GRÁFICO N° 25: DIAGRAMA DE FLUJO PARA ARMAR LA BASE DE DATOS DE LOS PROVEEDORES



Elaborador Por: Héctor Rocha.

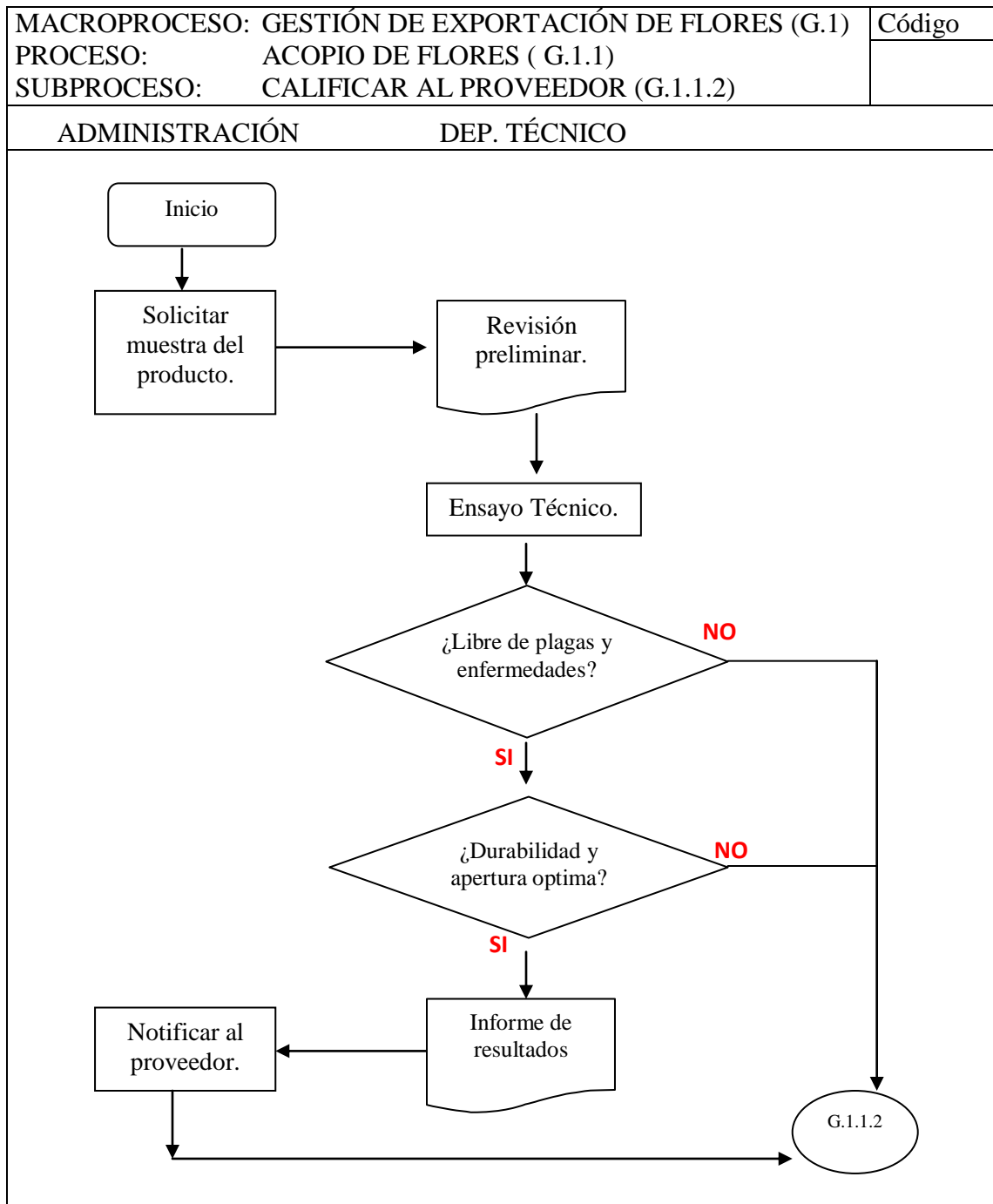
MACROPROCESO: GESTIÓN DE EXPORTACIÓN DE FLORES (G.1)
 PROCESO: ACOPIO DE FLORES (G.1.1)
 SUBPROCESO: CALIFICAR AL PROVEEDOR (G.1.1.2)

CUADRO N° 42: SUBPROCESO DE ACTIVIDADES PARACALIFICAR AL PROVEEDOR

Nº	ACTIVIDAD	ENTIDAD	DESCRIPCION
1	Solicitar muestra del producto	Administración	Enviar una carta al futuro proveedor para solicitar una demostración del producto
2	Revisión Preliminar	Dto. Técnico	Verificar la muestra la presencia de plagas y enfermedades.
3	Ensayos técnicos del producto.	Dto. Técnico	Realizar prueba de florero para determinar apertura del botón y durabilidad del producto.
4	Informe de resultados	Dto. Técnico	Elaborar un informe con las novedades encontradas del producto.
5	Notificación	Administración	Aprobar o descartar al proveedor.

Elaborador Por: Héctor Rocha.

GRÁFICO N° 26: DIAGRAMA DE FLUJO PARA CALIFICAR A LOS PROVEEDORES



Elaborador Por: Héctor Rocha.

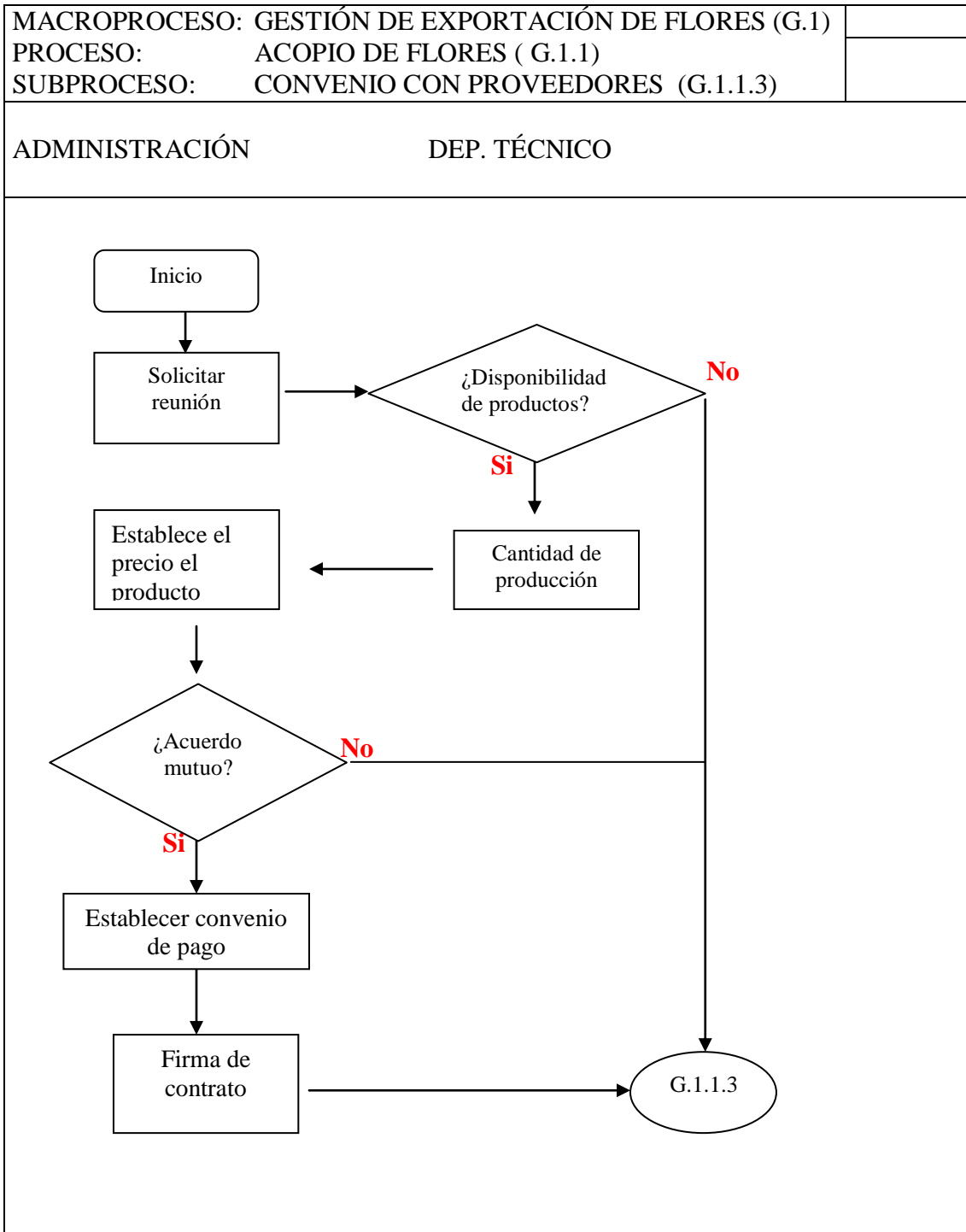
MACROPROCESO: GESTIÓN DE EXPORTACIÓN DE FLORES (G.1)
 PROCESO: ACOPIO DE FLORES (G.1.1)
 SUBPROCESO: CONVENIO CON PROVEEDORES (G.1.1.3)

**CUADRO N° 43 SUBPROCESO DE ACTIVIDADES ESTABLECER
 CONVENIO CON PROVEEDORES**

N°	ACTIVIDAD	ENTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Concretar una reunión	Administración	Realizar una cita para finiquitar detalles del contrato.
2	Determinar la cantidad de producción.	Dto. Técnico y administrativo	Acordar la capacidad de producción por parte del proveedor
3	Establecer precio del producto	Administración	Consiste en ponerse de acuerdo en el precio del producto
4	Establecer tiempo del convenio.	Administración	Determinar el tiempo de duración del convenio.
5	Firma del convenio	Administración	Si las partes involucradas están de acuerdo proceden a firmar el documento.

Elaborador Por: Héctor Rocha.

**GRÁFICO N° 27: DIAGRAMA DE FLUJO PARA ESTABLECER
CONVENIO CON PROVEEDORES**



Elaborador Por: Héctor Rocha.

MACROPROCESO: GESTIÓN DE EXPORTACIÓN DE FLORES (G.1)

PROCESO: ACOPIO DE FLORES (G.1.1)

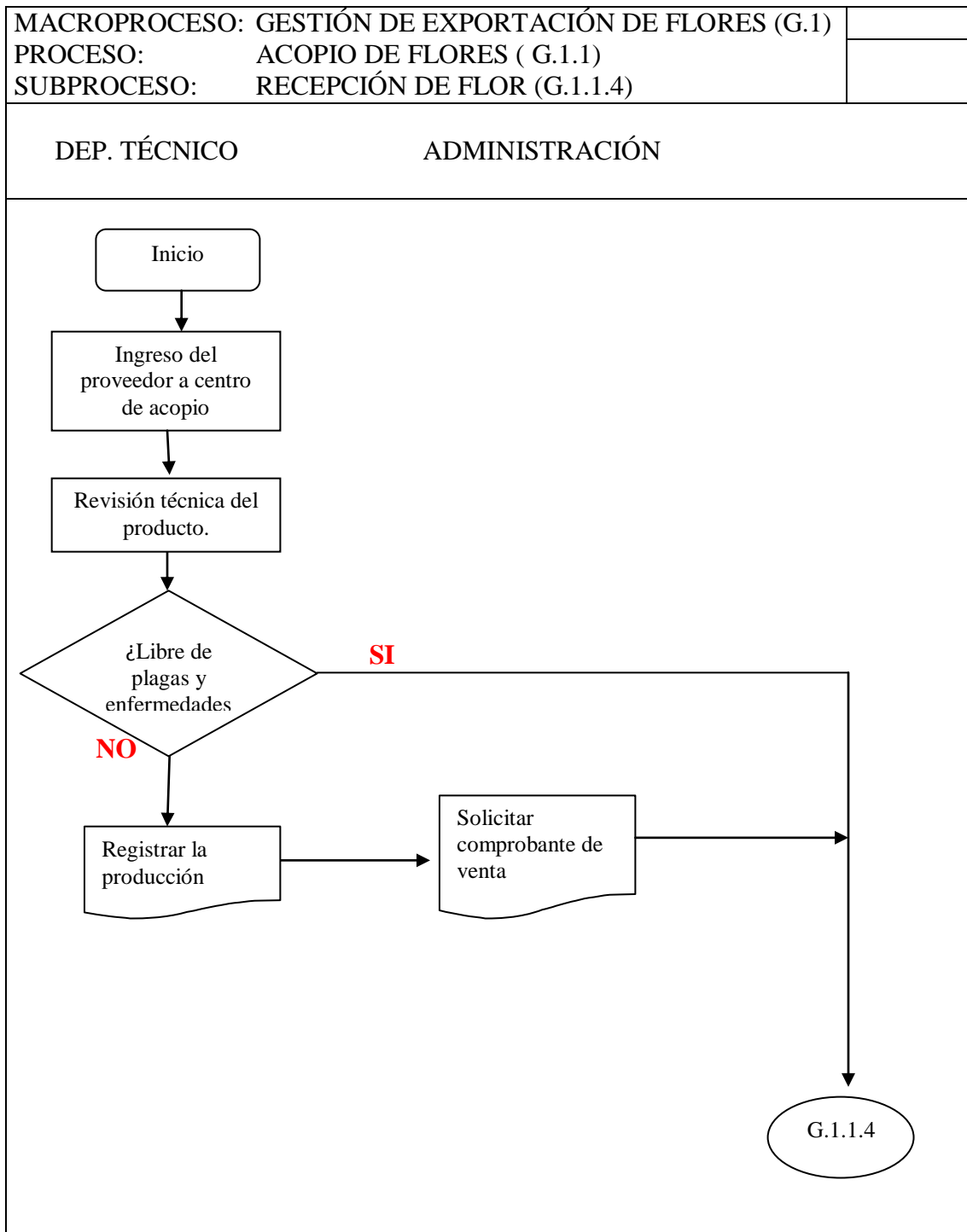
SUBPROCESO: RECEPCIÓN DEL PRODUCTO (G.1.1.4)

CUADRO N° 44 SUBPROCESO PARA LA RECEPCIÓN DEL PRODUCTO

N°	ACTIVIDAD	ENTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Ingreso del producto a la pos cosecha.	Dto. Técnico.	Llegada como tal del proveedor al centro de acopio
2	Revisión técnica del producto	Dto. Técnico	Implica hacer una observación al producto para detectar anomalías.
3	Registrar la cantidad de la producción.	Dto. Técnico y Administrativo	Llevar el control de la producción recibida.
4	Solicitar comprobante de venta.	Dto. Administrativo	Recibir la respectiva factura para emitir el pago a futuro
5	Salida del proveedor.		Consiste en abandonar las instalaciones del centro de acopio.

Elaborador Por: Héctor Rocha.

GRÁFICO N° 28: DIAGRAMA DE FLUJO PARA SUBPROCESO DE LA RECEPCIÓN DEL PRODUCTO



Elaborador Por: Héctor Rocha.

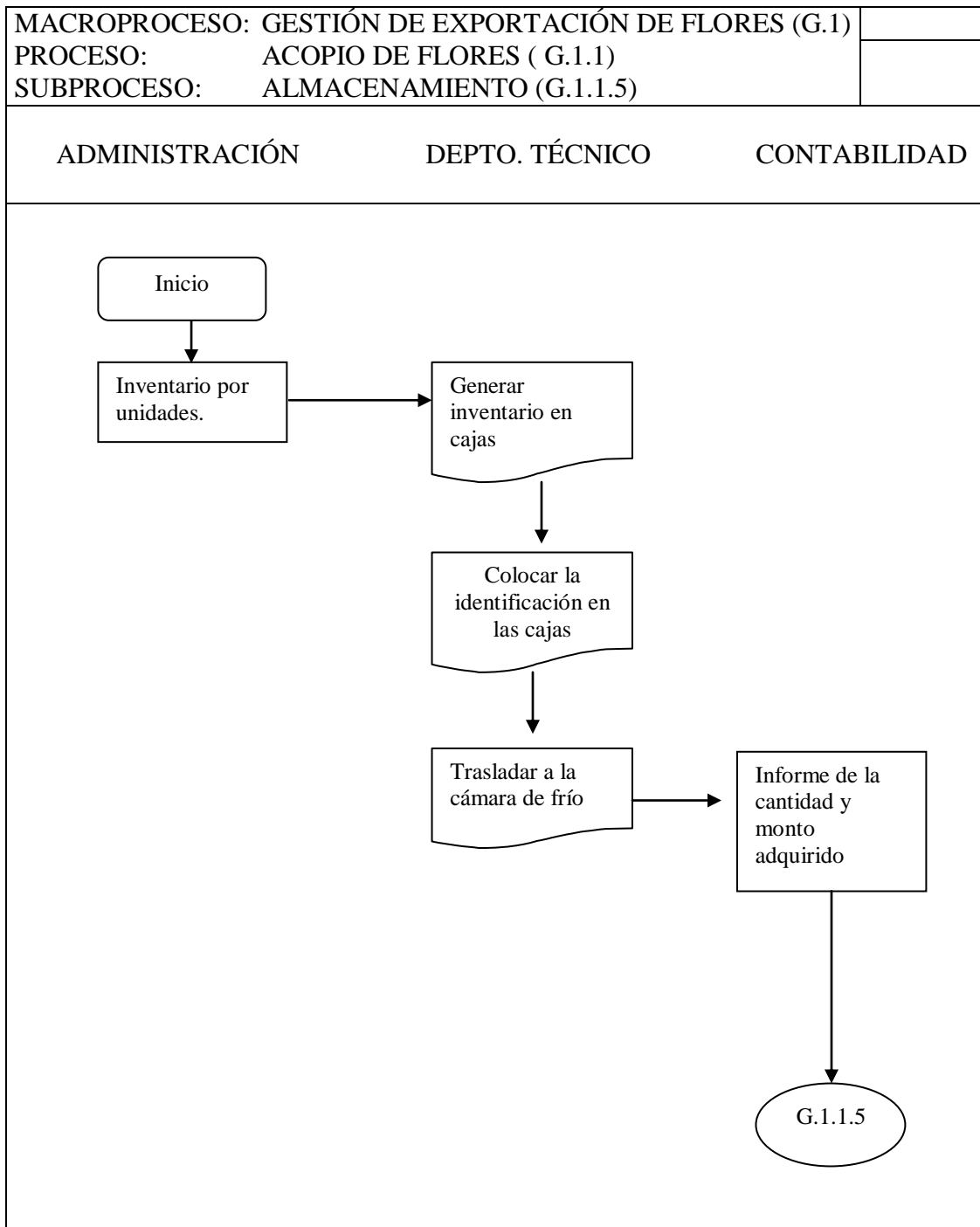
MACROPROCESO: GESTIÓN DE EXPORTACIÓN DE FLORES (G.1)
 PROCESO: ACOPIO DE FLORES (G.1.1)
 SUBPROCESO: ALMACENAMIENTO (G.1.1.5)

CUADRO N° 45: SUBPROCESO DE ACTIVIDADES PARA EL ALMACENAMIENTO

N°	ACTIVIDAD	ENTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Levantar inventario por variedad y tamaño del producto	Administración	Implica reunirse con los proveedores para acordar precios
2	Crear inventario en cajas	Dto. Técnico	Consiste en realizar un conteo de las cajas de flores existentes
3	Identificar las cajas por variedad y grado	Dto. Técnico	Implica identificar el producto adquirido de acuerdo a su variedad
4	Trasladar a la cámara de frío	Administración	Implica trasladar al cuarto frío los productos adquiridos
5	Informe	Contabilidad	Implica en informar al departamento financiero el monto y acuerdo de pago llegado con el proveedor

Elaborador Por: Héctor Rocha.

GRÁFICO N° 29: DIAGRAMA DE FLUJO PARA SUBPROCESO DE ALMACENAMIENTO



Elaborador Por: Héctor Rocha.

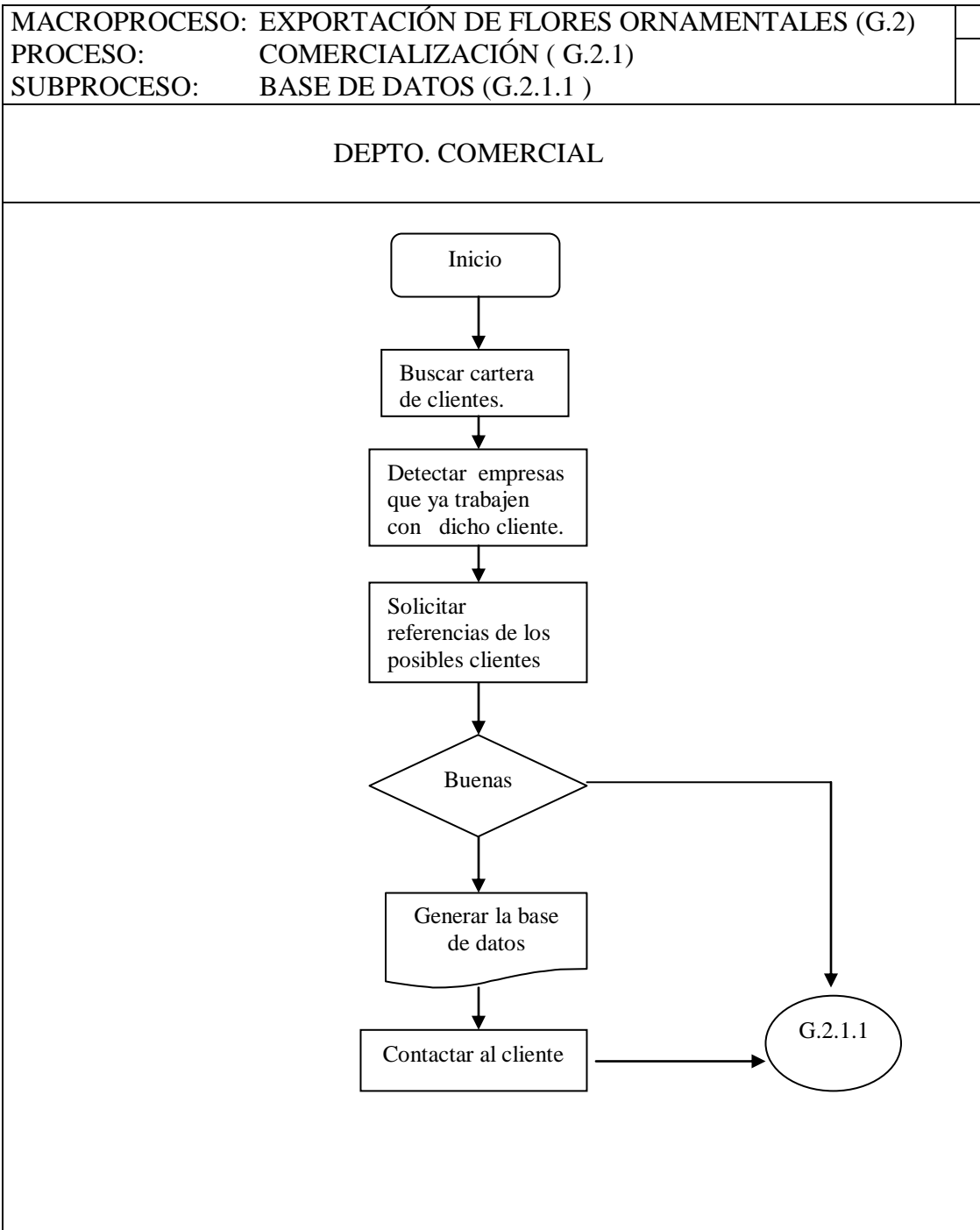
MACROPROCESO: EXPORTACIÓN DE FLORES ORNAMENTALES (G.2)
 PROCESO: COMERCIALIZACIÓN (G.2.1)
 SUBPROCESO: BASE DE DATOS (G.2.1.1)

CUADRO N° 46: SUBPROCESO DE ACTIVIDADES PARA ARMAR LA BASE DE DATOS

N°	ACTIVIDAD	ENTIDAD	DESCRIPCION
1	Revisar cartera de clientes del exterior.	Departamento Comercial	Recurrir a las fuentes donde se encuentran el listado de los clientes del extranjero, puede ser Agencias de carga, Aerolíneas, o fincas florícolas que pueden facilitar.
2	Investigar con que empresas del Ecuador ya trabaja.	Departamento Comercial	Buscar empresas donde ya estén trabajando los posibles clientes con la finalidad de conocerlos de mejor manera su accionar
3	Solicitar referencias del mencionado cliente.	Departamento Comercial	Averiguar a los posibles clientes ciertos detalles como el tipo de flor que compra, tiempo y forma de pago, volumen de compras
4	Registrar en la base de datos.	Departamento Comercial	Seleccionar los clientes que arrojaron buenas referencias para facilitar el contacto con el mismo.
5	Contactar al posible cliente	Departamento Comercial	Emitir la respectiva carta de presentación de la empresa a crear con el objetivo de dar a conocer el producto que saldrá al mercado.

Elaborador Por: Héctor Rocha.

**GRÁFICO N° 30: DIAGRAMA DE FLUJO DEL SUBPROCESO PARA
ARMAR LA BASE DE DATOS**



Elaborador Por: Héctor Rocha.

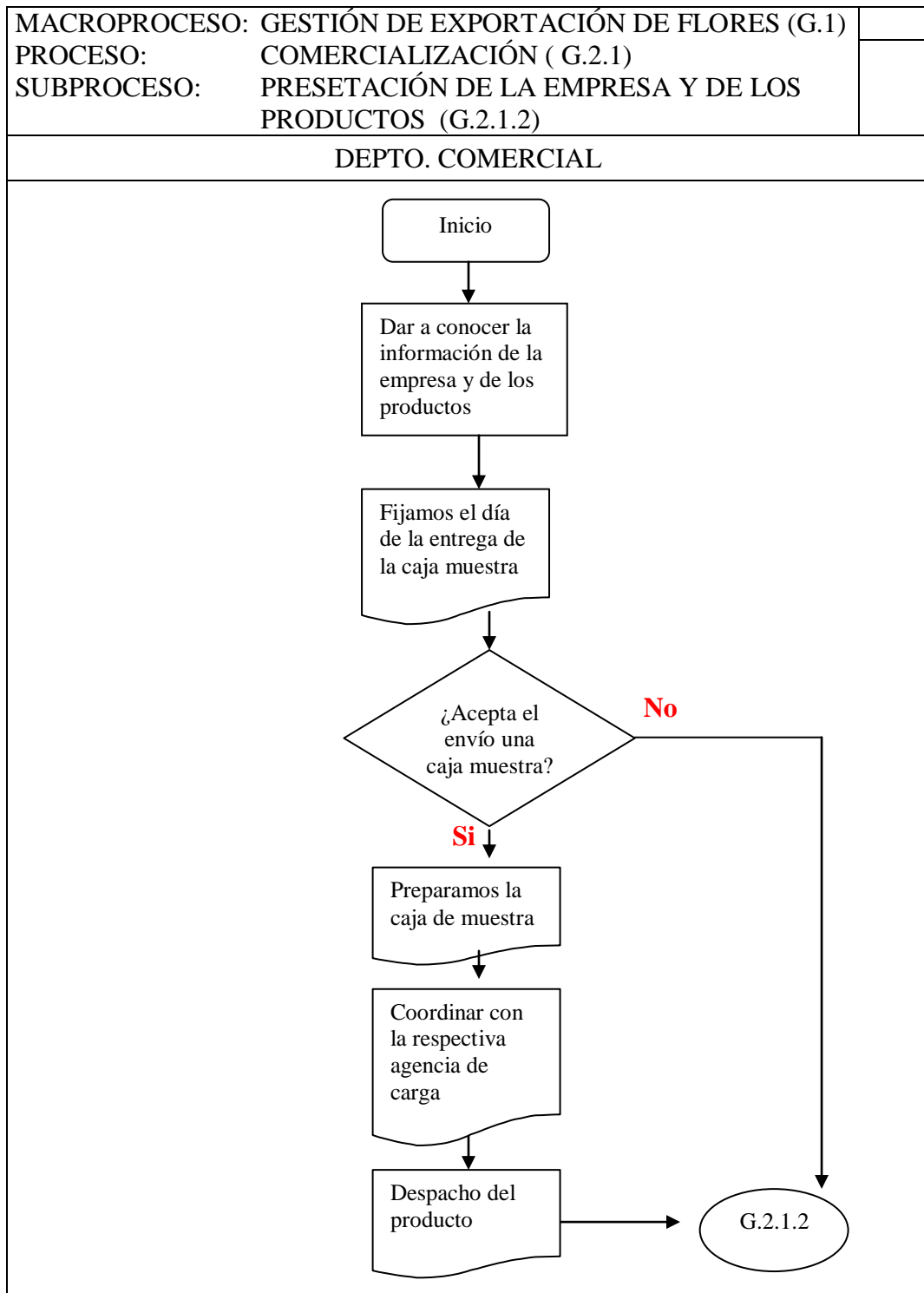
MACROPROCESO: EXPORTACIÓN DE FLORES ORNAMENTALES (G.2)
 PROCESO: COMERCIALIZACIÓN (G.2.1)
 SUBPROCESO: PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y DEL NUEVO
 PRODUCTO (G.2.1.2)

**CUADRO N° 47 SUBPROCESO DE ACTIVIDADES PARA PRESENTAR LA
 EMPRESA EN EL MERCADO**

N°	ACTIVIDAD	ENTIDAD	DESCRIPCION
1	Contactar al nuevo cliente	Departamento comercial	Dialogar con el futuro cliente con el objetivo de iniciar una relación comercial.
2	Presentación de la empresa	Dto. Comercial	Enviar al cliente la información de la empresa como catálogos, carta de presentación entre otros
3	Ofrecer el nuevo producto	Departamento comercial	Indicar los tipos de productos que saldrá al mercado
4	Fijar el día de la entrega	Departamento comercial	Buscar el día apropiado para poder entregar el producto sin ningún contratiempo
5	Preparar el producto	Personal de empaque	Seleccionar los ejemplares de nuestro producto que será la carta de presentación al cliente
6	Coordinar con la agencia de carga	Departamento comercial	Llamar a la respectiva operadora de carga del cliente a reservar espacio para el envío de la misma.
7	Despachar la muestra	Departamento comercial	Empacar el producto de muestra y entregar en la respectiva agencia de carga.

Elaborador Por: Héctor Rocha.

GRÁFICO N° 31: DIAGRAMA DE FLUJO DEL SUBPROCESO PARA PRESENTAR LA EMPRESA EN EL MERCADO



Elaborador Por: Héctor Rocha.

MACROPROCESO: EXPORTACIÓN DE FLORES ORNAMENTALES (G.2)

PROCESO: COMERCIALIZACIÓN (G.2.1)

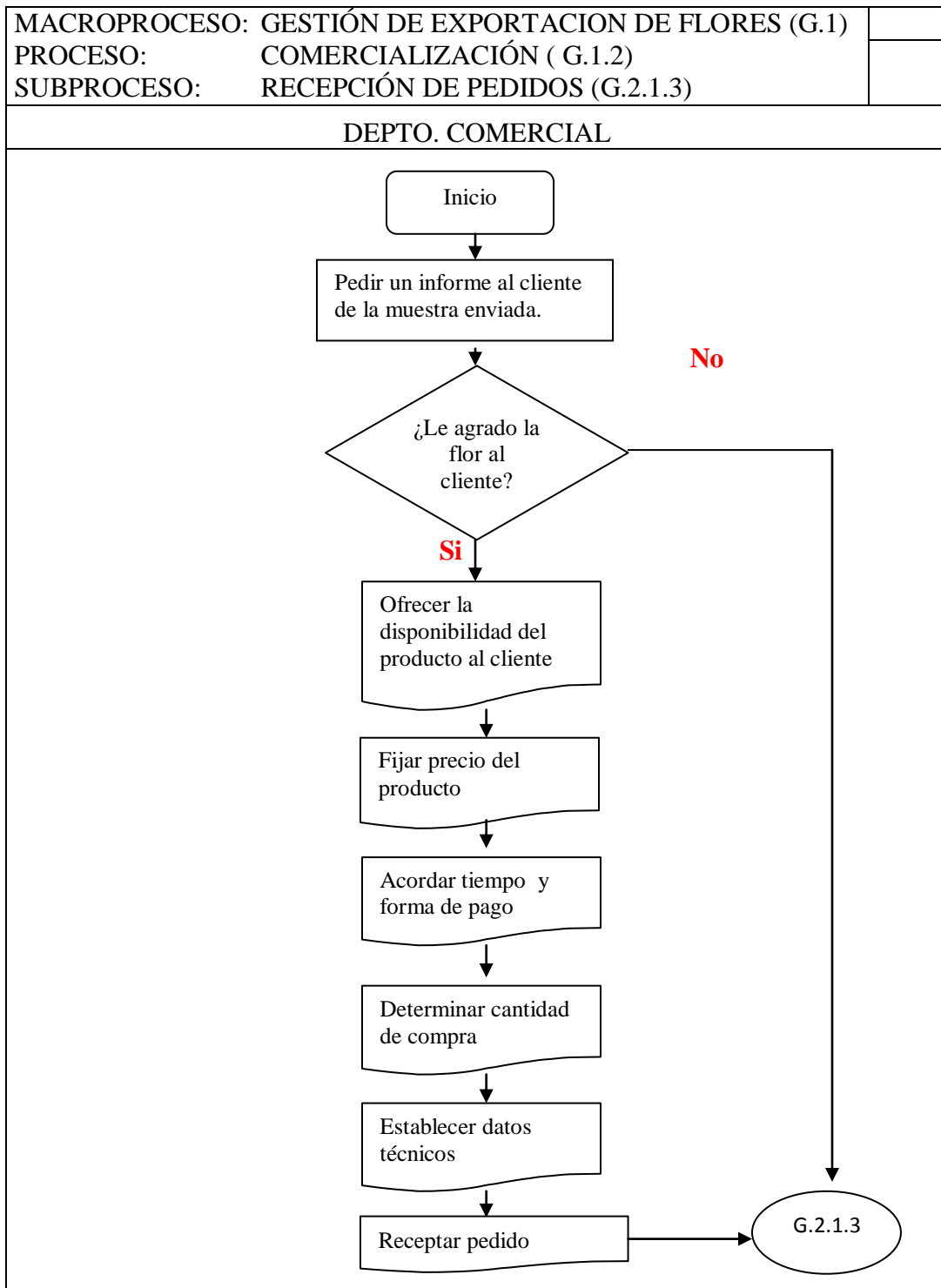
SUBPROCESO: RECEPCIÓN DE PEDIDOS (G.2.1.3)

CUADRO N° 48: SUBPROCESO DE ACTIVIDADES PARA LA RECEPCIÓN DE PEDIDOS

N°	ACTIVIDAD	ENTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Revisar comentarios de la muestra enviada	Departamento comercial	Preguntar al cliente la impresión recibida de la flor enviada como muestra para poder realizar las respectivas correcciones al producto
2	Ofrecer disponibilidad de producto	Departamento comercial	Hacer llegar al cliente la lista de variedades y capacidad de producción del producto con la finalidad de que el cliente este bien informado de nuestra oferta.
3	Fijar precios del producto	Departamento comercial	Establecer el precio de nuestro producto tanto en ordenes fijas, días festivos y mercado abierto durante todo el año
4	Acordar el tiempo y forma de pago	Departamento comercial	El sector florícola establece un periodo de tiempo de pago puede ser 30, 45 hasta 60 días.
5	Determinar cantidad de compra por semana	Departamento comercial	Solicitar al cliente su capacidad de compras semanales o mensuales en mercado abierto y días festivos.
6	Especificar el tipo de empaque y datos técnicos del producto	Departamento comercial	El cliente debe informar a su proveedor todos los detalles referente a empaque, longitud, punto de corte entre otros
7	Establecer la agencia que manejará la carga	Departamento comercial	Detallar las operadoras de carga o agencias de carga que serán las encargadas de manejar la parte logística para su envío al destino final
8	Enviar el pedido al empaque.	Departamento comercial	Emitir la orden de despacho al personal de empaque para preparar las órdenes respectivas.

Elaborador Por: Héctor Rocha.

GRÁFICO N° 32: DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA RECEPCIÓN DE PEDIDOS



Elaborador Por: Héctor Rocha.

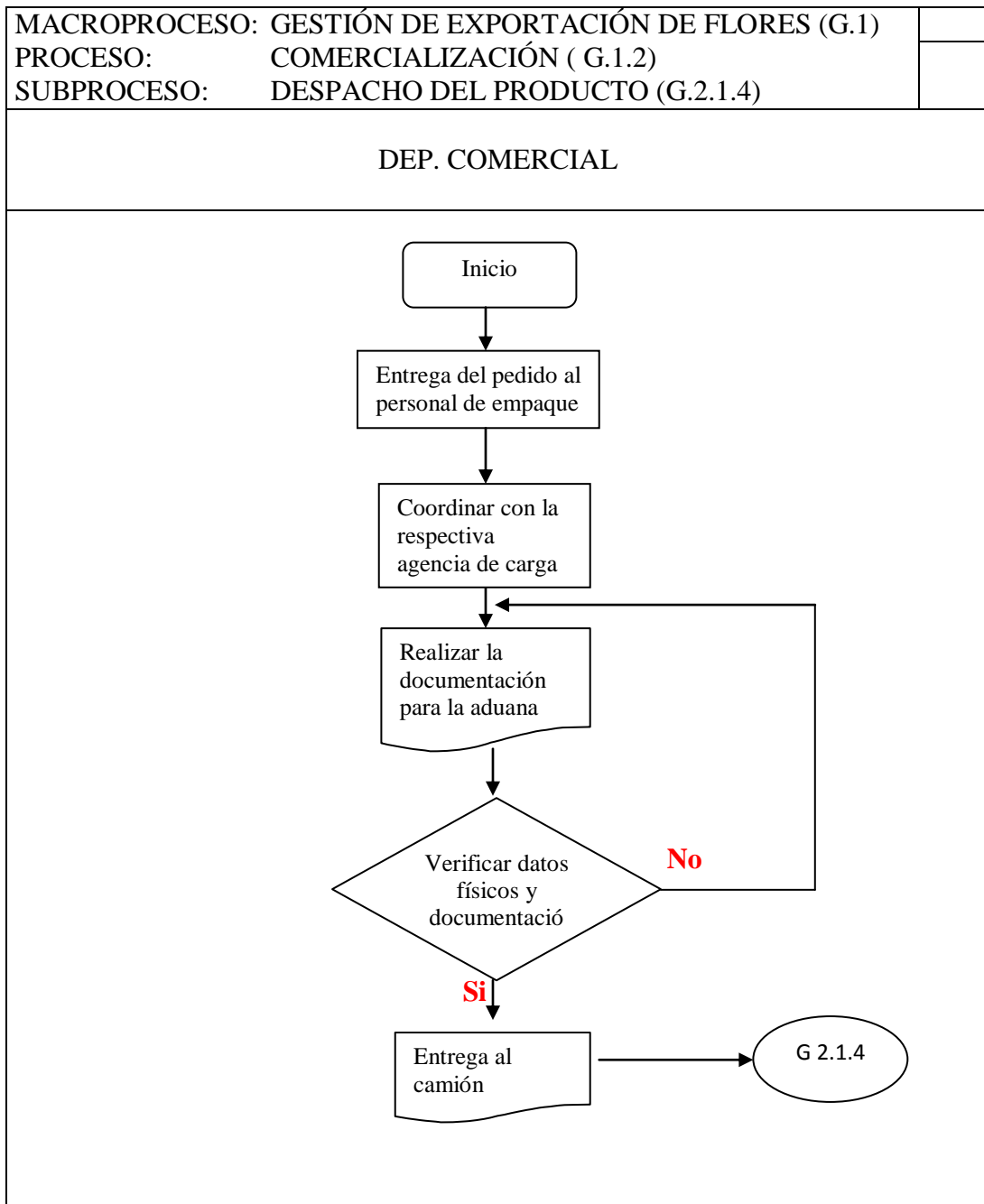
MACROPROCESO: EXPORTACIÓN DE FLORES ORNAMENTALES (G.2)
 PROCESO: COMERCIALIZACIÓN (G.2.1)
 SUBPROCESO: DESPACHO DEL PRODUCTO (G.2.1.4)

CUADRO N° 49: SUBPROCESO DE ACTIVIDADES PARA EL DESPACHO DEL PRODUCTO

N°	ACTIVIDAD	ENTIDAD	DESCRIPCION
1	Emitir la orden de embarque al personal de empaque.	Departamento comercial	El personal de empaque recibe la orden de despacho para proceder a empacar e producto de acuerdo con los datos establecidos en el pedido
2	Coordinar con la agencia de agencia de carga el manifiesto de embarque	Departamento comercial	Solicitar a la agencia de carga el respectivo espacio para la recepción del producto a enviar.
3	Realizar la respectiva documentación para la aduana	Departamento comercial	Elaborar la factura comercial, guía de remisión y el paking list, que será entregado junto al producto en la respectiva agencia de carga.
4	Verificar el número de cajas este de acorde con el pedido del cliente	Personal de empaque y transportista	El chofer debe revisar si las cajas recibidas están de acuerdo a la guía entregada.
5	Entregar el producto al camión de transporte refrigerado	Personal empaque	Una vez verificado que todo esté en orden procede a entregar a la respectiva agencia de carga

Elaborador Por: Héctor Rocha.

GRÁFICO N° 33: DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL DESPACHO DEL PRODUCTO



Elaborador Por: Héctor Rocha.

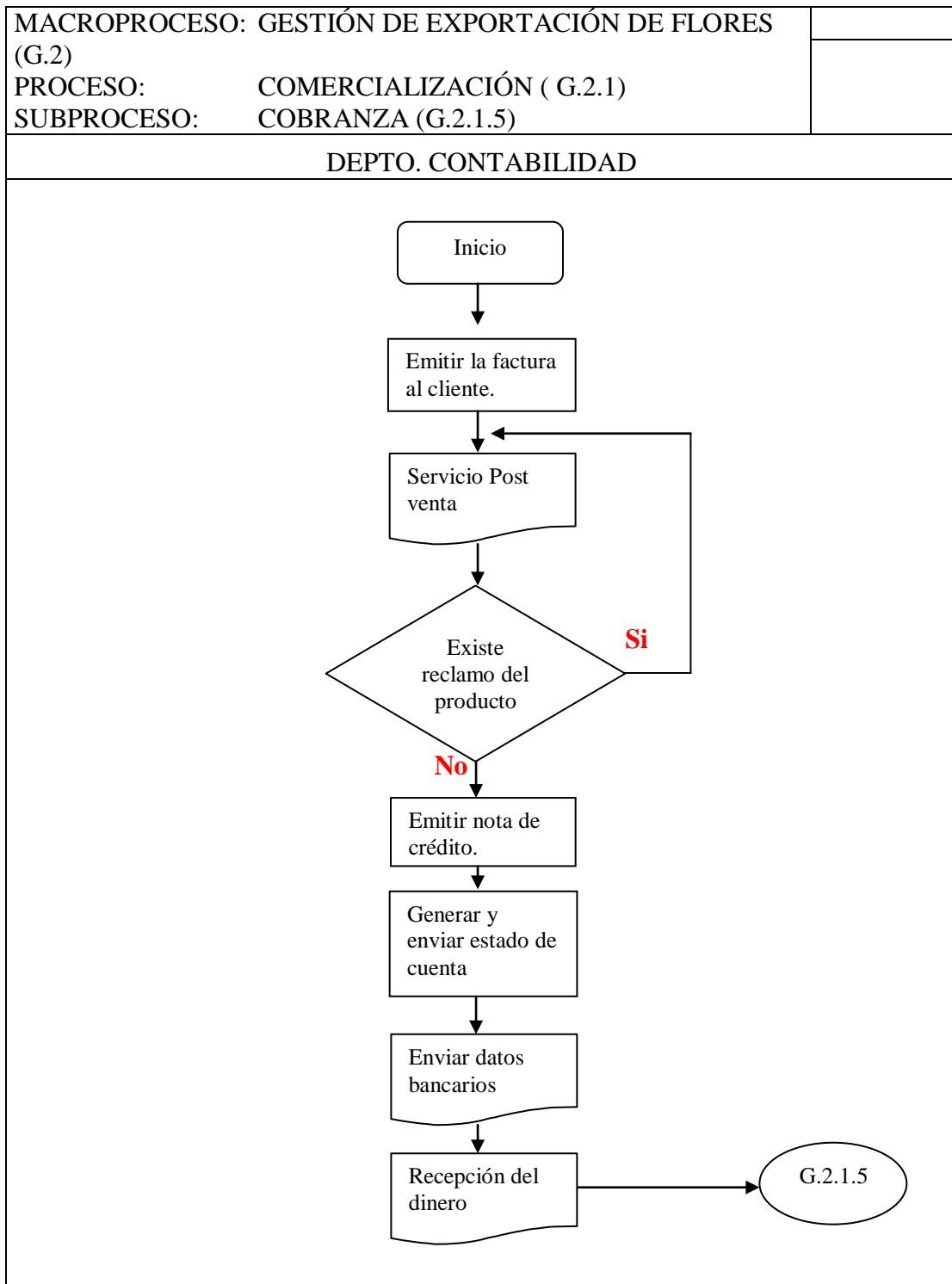
MACROPROCESO: EXPORTACIÓN DE FLORES ORNAMENTALES (G.2)
 PROCESO: COMERCIALIZACIÓN (G.2.1)
 SUBPROCESO: COBRANZAS (G.2.1.5)

CUADRO N° 50: SUBPROCESO DE ACTIVIDADES PARA REALIZAR LAS COBRANZAS

N°	ACTIVIDAD	ENTIDAD	DESCRIPCION
1	Emitir la respectiva factura.	Departamento Contable	Realizar la respectiva facturación del producto despachado para enviar la factura al cliente.
2	Realizar el seguimiento del producto	Departamento comercial	El servicio post venta, consiste en verificar con la agencia de carga si no hubo contratiempo en el vuelo acordado o cancelación del vuelo, esto permite mantener informado al cliente.
3	Verificar posibles reclamos.	Departamento comercial	Llamar al cliente Para saber si todo el producto llego en perfecto estado ya que las flores son productos perecibles y suelen sufrir daños
4	Generar un estado de cuenta	Departamento contable	Una vez comprobado que no existe ninguna novedad en la flor procedemos a generar una cuenta por cobrar, caso contrario se emitirá una nota de crédito
5	Informar los datos bancarios para el pago	Departamento contable	Enviar los datos de la cuenta bancaria de la empresa para recibir el respectivo pago

Elaborador Por: Héctor Rocha.

GRÁFICO N° 34: DIAGRAMA DE FLUJO PARA REALIZAR LAS COBRANZAS



Elaborador Por: Héctor Rocha.

3.1.7 Requerimientos del Proyecto

En esta parte de la investigación se realizara un listado detallado de todos los requerimientos humanos y materiales necesarios para poder iniciar la operación del negocio, los precios y cotizaciones detalladas a continuación corresponde al año 2012.

CUADRO N° 51: TERRENO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno ubicado en la Parroquia de Poaló	m ²	\$ 3,500	\$ 5.50	\$ 19,250

Fuente: Oficina de avalúos y catastros-Municipalidad de Latacunga

Elaborador Por: Héctor Rocha.

CUADRO N° 52: EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD M ²	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Bloque Administrativo	m ²	44	\$ 250	\$ 11,000
Bloque de producción	m ²	200	\$ 110	\$ 22,000
Bloque complementario	m ²	60	\$ 200	\$ 12,000
Bloque de espacios verdes	m ²	150	\$ 25	\$ 3,750
TOTAL		454		\$ 48,750

Fuente: Oficina de planificación-Municipalidad de Latacunga

Elaborador Por: Héctor Rocha.

CUADRO N° 53: MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuarto frío	Unidad	1	\$ 20,000	\$ 20,000
Mesas de post cosecha	Unidad	5	\$ 400	\$ 2,000
Zunchadora	Unidad	1	\$ 3,000	\$ 3,000
Grapadoras industriales	Unidad	1	\$ 1,500	\$ 1,500
Estanterías metálicas	Unidad	6	\$ 30	\$ 180
Trajes térmicos	Unidad	4	\$ 200	\$ 800
Tijeras	Unidad	4	\$ 40	\$ 160
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO				\$ 27,640

Elaborador Por: Héctor Rocha.

CUADRO N° 54: MANO DE OBRA

MANO DE OBRA DIRECTA						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	SUELDO ANUAL	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL SUELDO ANUAL
Técnico recepción de la flor	Unidad	1	\$ 600	\$ 7,200	\$ 2,100	\$ 9,502
Supervisor Control de calidad	Unidad	1	\$ 600	\$ 7,200	\$ 2,100	\$ 9,502
Operadores de carga	Unidad	4	\$ 300	\$14,400	\$ 4,200	\$ 19,003
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA						\$ 38,006
MANO DE OBRA INDIRECTA						
Guardia	Unidad	2	\$ 300	\$ 7,200	\$ 2,100	\$ 9,502
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA						\$ 9,502

Elaborador Por: Héctor Rocha.- Ver anexos

CUADRO N° 55: MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Rosas	Unidad	14,755	\$ 56.00	\$ 826,276
Claveles	Unidad	613	\$ 60.00	\$ 36,785
Flores de verano	Unidad	250	\$ 42.00	\$ 10,492
Cajas de empaque	Unidad	15,618	\$ 5	\$ 78,089
Papel periódico	Resma	300	\$ 22	\$ 6,600
Grapas industriales	cajas	100	\$ 10.000	\$ 1,000
Etiquetas	Unidad	15,618	\$ 0.03	\$ 390
Capuchones	Unidad	15,618	\$ 0.36	\$ 5,622
TOTAL MATERIA PRIMA				\$ 965,255

Elaborador Por: Héctor Rocha.

CUADRO N° 56: EQUIPO DE CÓMPUTO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora de escritorio	Unidad	4	\$ 800	\$ 3,200
Computadora portátil	Unidad	1	\$ 1,000	\$ 1,000
Impresora láser	Unidad	2	\$ 200	\$ 400
Impresora matricial	Unidad	1	\$ 200	\$ 200
TOTAL				\$ 4,800

Elaborador Por: Héctor Rocha.

CUADRO N° 57: EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono Inalámbrico	Unidad	3	\$ 50	\$ 150
Fax	Unidad	1	\$ 150	\$ 150
Calculadora	Unidad	5	\$ 15	\$ 75
Papelera	Unidad	4	\$ 8	\$ 32
Basurero	Unidad	5	\$ 5	\$ 25
Grapadora	Unidad	4	\$ 5	\$ 20
Perforadora	Unidad	4	\$ 4	\$ 16
Central telefónica	Unidad	1	\$ 500	\$ 500
Televisión	Unidad	1	\$ 600	\$ 600
Equipo de sonido	Unidad	1	\$ 600	\$ 600
TOTAL				\$ 2,168

Elaborador Por: Héctor Rocha.

CUADRO N° 58: MUEBLES Y ENCERES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	Unidad	4	\$ 200	\$ 800
Silla giratoria	Unidad	4	\$ 75	\$ 300
Archivador	Unidad	4	\$ 120	\$ 480
Juego de muebles de salas	Unidad	1	\$ 1,000	\$ 1,000
Sillas cromadas	Unidad	8	\$ 25	\$ 200
Sillas plásticas	Unidad	6	\$ 10	\$ 60
Pizarra de tiza líquida	Unidad	1	\$ 100	\$ 100
TOTAL				\$ 2,940

Elaborador Por: Héctor Rocha.

CUADRO N° 59: GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	Unidad de medida	Cantidad	Valor Mensual	Sueldo anual	Total Beneficios sociales	Total Sueldo anual
Gerente	Unidad	1	\$ 1,500	\$ 18,000	\$ 5,250	\$ 23,754
Técnico en planificación	Unidad	1	\$ 750	\$ 9,000	\$ 2,625	\$ 11,877
Abogado	Unidad	1	\$ 750	\$ 9,000	\$ 2,625	\$ 11,877
Técnico en mercadeo	Unidad	1	\$ 750	\$ 9,000	\$ 2,625	\$ 11,877
Contador	Unidad	1	\$ 600	\$ 7,200	\$ 2,100	\$ 9,502
Secretaria	Unidad	1	\$ 350	\$ 4,200	\$ 1,225	\$ 5,543
Técnico en ventas	Unidad	1	\$ 750	\$ 9,000	\$ 2,625	\$ 11,877
SUB TOTAL						\$ 86,306
VENTAS						
Publicidad y promoción	Unidad					\$ 2,000
Creación de página WEB	Unidad					\$ 2,000
Gasto transporte	Cajas	15,618	1.25			\$ 19,522
SUB TOTAL						\$ 23,522
TOTAL GASTO ADMINSTRATIVO						\$109,828

Elaborador Por: Héctor Rocha.

CUADRO N° 60: GASTOS DIFERIDOS

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTO DE CONSTITUCIÓN				
Sistema de facturación	Unidad	1	\$ 1,200	\$ 1,200
Software Contable	Unidad	1	\$ 800	\$ 800
Gastos Legales	Unidad	1	\$ 500	\$ 500
Honorarios abogado	Unidad	1	\$ 700	\$ 700
RUC	Unidad	1	\$ -	\$ -
SUB TOTAL				\$ 3,200
GASTOS INSTALACIÓN				
Instalación de equipos			\$ 2,000	\$ 2,000
SUB TOTAL				\$ 2,000
TOTAL GASTOS DIFERIDOS				\$ 5,200

Elaborador Por: Héctor Rocha.

CUADRO N° 61: ÚTILES DE ASEO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Desinfectante	Galón	12	\$ 8	\$ 96
Detergente	kilos	5	\$ 4	\$ 20
Escobas	Unidad	10	\$ 2	\$ 15
Palas plásticas	kilos	4	\$ 3	\$ 12
Trapeadores	Unidad	10	\$ 3	\$ 25
TOTAL				\$ 168

Elaborador Por: Héctor Rocha.

CUADRO N° 62: MENAJE Y LENCERIA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vajilla de 20 piezas	Unidad	1	\$ 30	\$ 30
Vasos de cristal	Unidad	12	\$ 1	\$ 12
Cafetera	Unidad	1	\$ 80	\$ 80
Alfombras	Unidad	8	\$ 10	\$ 80
Floreros	Unidad	12	\$ 10	\$ 120
Basureros	Unidad	6	\$ 5	\$ 30
Botellón de agua	Unidad	4	\$ 8	\$ 32
				\$ 384

Elaborador Por: Héctor Rocha

CUADRO N° 51: SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	m3	50	\$ 0.32	\$ 16	\$ 192
Internet	1GB	1	\$ 30	\$ 30	\$ 360
Luz	Kv	250	\$ 0.0	\$ 20	\$ 240
Teléfono	minutos	200	\$ 0.09	\$ 18	\$ 216
SUB TOTAL				\$ 84	
TOTAL SERVICIOS BASICOS					\$ 1,008

Elaborador Por: Héctor Rocha.

3.1.8 Propuesta Administrativa

3.1.8.1 Razón Social

Para poder asignar el nombre a la nueva empresa, se debe considerar factores como la actividad que se va a desarrollar y la imagen que pretende proyectar la empresa en el mercado, además, se debe tener en cuenta que la razón social escogida no coincida con alguna otra sociedad inscrita en la Superintendencia de Compañías.

Bajo esta perspectiva, el nombre bajo el cual la empresa pondrá sus servicios en el mercado será:

Servicios Florales Rocha Arcos “**SERVIFLORA S.A.**”

3.1.8.2 Constitución Jurídica

De acuerdo al Artículo 2 de la Ley de Compañías, existen cinco tipos de compañías de comercio que pueden ser creadas en el país, en tal virtud se realizó un análisis minucioso de cada una de ellas, llegando a la conclusión que:

El Centro de Acopio de Flores de Exportación, se constituirá bajo la categoría de una empresa **unipersonal**, con un capital propio que provendrá del inversionista y que podrán ser en dinero o en otra clase de bienes apreciados de dinero.

Dentro de la constitución de la compañía se debe dar cumplimiento a normas y procedimientos establecidos en el marco legal para crear sociedades, conforme lo establece la Ley de Compañías, en sus artículos 143 al 150 de la Ley citada.

Por último, para que el Centro de Acopio de Flores pueda comercializar y exportar sus productos con normalidad, se deben cumplir con todas las políticas y reglamentaciones suscritas en el Banco Central del Ecuador, Además, obtener todas

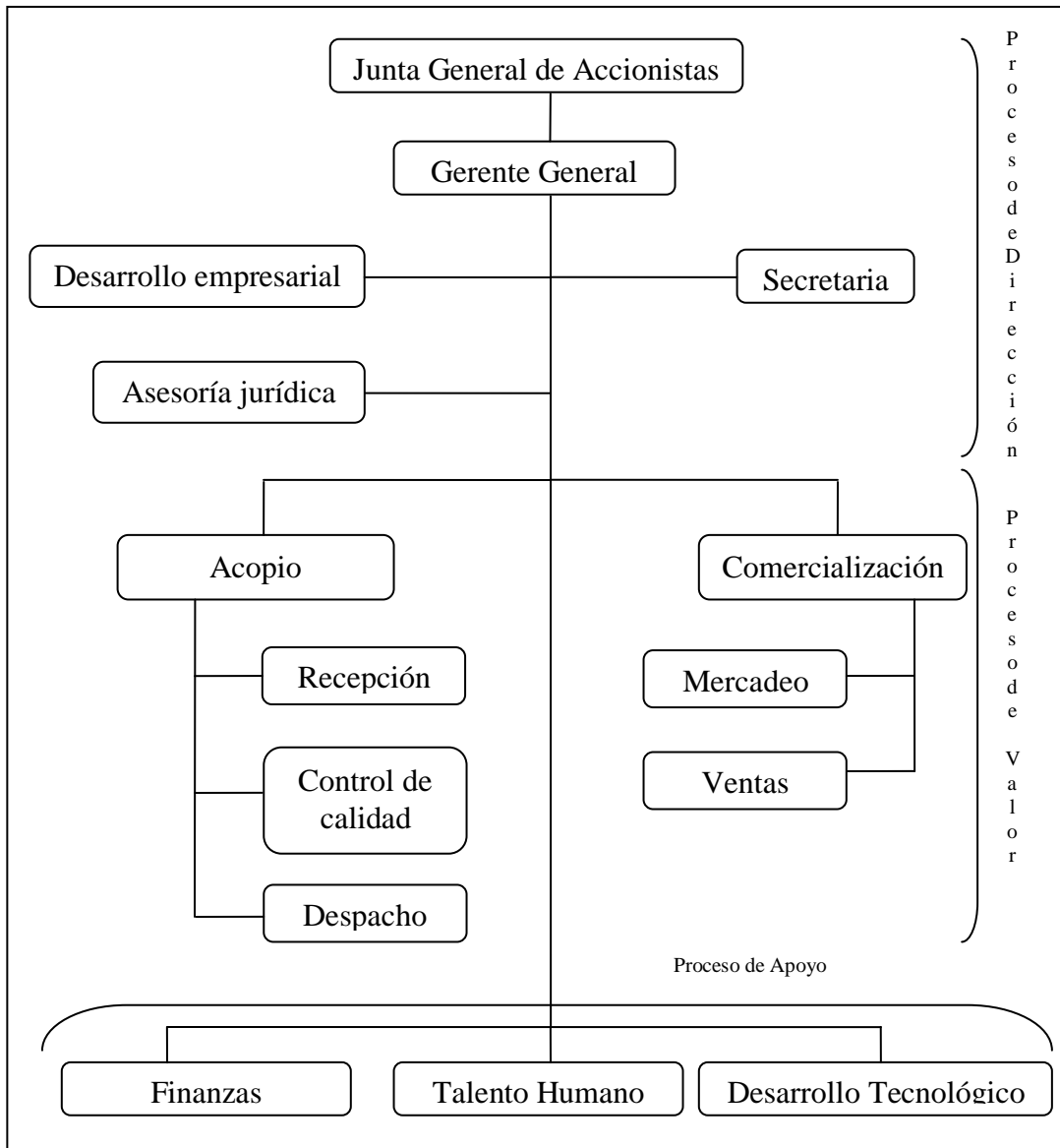
las certificaciones y permisos establecidos por Agrocalidad y por la Corporación Aduanera Ecuatoriana.

3.1.8.3 Estructura Organizacional

La estructura organizacional del Centro de Acopio de Flores de Exportación estará caracterizada por ser una estructura de niveles descendentes o de tipo cascada, donde el recurso humano no podrá realizar su trabajo de manera aislada con el fin de alcanzar las metas y los objetivos propuestos.

Permitirá identificar gráficamente la estructura del nuevo negocio y se establecerá de acuerdo a las necesidades y características propias de la empresa de los miembros y de los socios que la conforman la misma, como se muestra a continuación:

CUADRO N° 63 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborador Por: Héctor Rocha.

En el cuadro anterior se puede observar el organigrama formal del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, mismo que permite identificar al gerente general como máxima autoridad sobre el cual estará, la responsabilidad de controlar y administrar adecuadamente la empresa, con el propósito de llegar a la consecución de los objetivos propuestos.

3.1.8.4 Funciones Administrativas.

Puesto: Gerente General
Misión:
Fomentar la elaboración y ejecución de programas que permitan a la empresa promover el cumplimiento de los objetivos propuestos.
Perfil:
Título de tercer nivel en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Psicología industrial, conocimientos en administración de talento humano por competencias, planificación, gestión y habilidad analítica. Pensamiento conceptual, orientación y asesoramiento, generación de ideas, liderazgo, trabajo en equipo y toma de decisiones.
Funciones:
<ul style="list-style-type: none">• Motivar y exigir el cumplimiento de las obligaciones de los jefes de área. Aprobar cuentas y balances.• Supervisar y evaluar el desempeño de sus colaboradores.• Tomar decisiones enfocadas a la mejora de la gestión y resultados de la empresa.

Puesto: Secretaria
Misión:
Ejecutar actividades de apoyo a la gerencia, así como también brindar asistencia de información y orientación sobre los productos y servicios que brinda la empresa en el mercado.
Perfil:
Bachiller o segundo año en Secretariado Ejecutivo, Administración de empresas, contabilidad y Auditoría. Pensamiento analítico, organización de la información, Expresión oral, trabajo en equipo, aprendizaje continuo, orientación al servicio y flexibilidad.
Funciones:
<ul style="list-style-type: none"> • Estar a disposición del gerente y contador. • Brindar servicio de atención al cliente. • Recibir, enviar y archivar correspondencia.

Puesto: Técnico en Planificación.
Misión:
Ejecución coordinación y supervisión de procesos administrativos y operativos de la empresa
Perfil:
Título de tercer nivel en Administración de Empresas, Gestión de Procesos, Economía, Proyectos. Competencias técnicas, orientación asesoramiento; generación de ideas. Trabajo en equipo, conocimiento del entorno organizacional; iniciativa; tolerancia a la presión; orientación de servicio
Funciones:
Planificar y formular planes proyectos y programas enfocados en la mejora continua de la empresa y del cumplimiento de los objetivos.

Puesto: Abogado
Misión:
Ejecutar y supervisar los procesos y procedimientos judiciales, legales y administrativos relacionados con actividad productiva de la empresa.
Perfil:
Título de tercer nivel y/o cuarto nivel en Jurisprudencia, Derecho Administrativo y Derecho Laboral. Competencias técnicas: Orientación, Asesoramiento; Generación de ideas. Trabajo en equipo, conocimiento del Entorno Organizacional; Iniciativa; Tolerancia a la presión; Orientación de Servicio.
Funciones:
Desarrollar y realizar procesos de fusiones y adquisiciones; radicación y venta de compañías; diseño de instrumentos financieros, defensa de la competencia, importaciones y exportaciones; impuestos, derecho laboral, y asesoramiento sobre contratos de accionistas, entre otras.

Puesto: Técnico Acopio
Misión:
Garantizar la calidad del producto que saldrá al mercado en óptimas condiciones libre de plagas y enfermedades.
Perfil:
Título de tercer nivel en Ingeniera agronómica o ingeniería agroindustrial experiencia en manejo de salas de pos cosecha, trabajo en equipo, liderazgo, orientación a resultados.
Funciones:
<ul style="list-style-type: none"> • Tomar a cargo la parte técnica del centro de copio • Dirigir al personal agrícola a su disposición. • Coordinar los diferentes pedidos y embarques. • Trabajar con coordinación con el departamento de ventas.

Puesto: Operador de recepción.
Misión:
Recibir la materia prima (flor), de cada uno de los proveedores en el lugar indicado para el efecto.
Perfil:
Bachiller en general, leve experiencia en el sector florícola, trabajo en equipo y deseos de superación.
Funciones:
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir la flor. • Velar por la limpieza del lugar de recepción. • Ayudar al personal de empaque y asistir en el control de calidad.

Puesto: Analista en Control de Calidad
Misión:
Garantizar el perfecto estado de la flor al momento de ingresar al centro de acopio como al momento del despacho del mismo.
Perfil:
Técnico superior en agronomía, manejo de salas de pos cosecha, conocimientos generales de empaque y despacho, liderazgo, orientación a resultados.
Funciones:
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar minuciosamente toda la mercadería de flor ingresado al centro de acopio. • Controlar posibles enfermedades en la sala post cosecha. • Trabajar en coordinación con el Técnico de Acopio.

Puesto: Técnico en Comercialización.
Misión:
Ubicar el nuevo producto en el mercado internacional logrando posicionar el nombre de la empresa como una de las mejores del sector florícola.
Perfil:
Título de tercer nivel en: Ingeniería Comercial, Comercio exterior Marketing o afines Competencias del puesto: Experiencia en ventas o mercadeo de preferencia en flores el aspirante debe tener, Liderazgo, Orientación a Resultados sobre todo trabajo en equipo.
Funciones:
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar las ventas de la empresa. • Promocionar el nombre de empresa en el mercado internacional. • Atraer nuevos clientes. • Desarrollar nuevos productos

Puesto: Analista en Marketing y Ventas
Misión:
Promocionar tanto la marca de la empresa como del producto que se comercializará en la misma.
Perfil:
Título de tercer nivel en Ingeniera Comercial, ingeniería en marketing y ventas, carreras afines, dominio de idiomas (ruso e inglés) experiencia en ventas de preferencia en flores.
Funciones:
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar las ventas diarias de flor. • Buscar nuevos productos que estén en el mercado. • Realizar promociones en temporadas de verano. • Buscar nuevos clientes en diferentes mercados.

Puesto: Técnico Financiero
Misión:
Realizar actividades de apoyo en la asignación de los recursos financieros y presupuestarios de la organización de acuerdo con las normas legales vigentes.
Perfil:
Título de tercer nivel en Gerencia Financiera, Contabilidad y Auditoría, CPA. Competencias del puesto: Generación de ideas, Monitoreo y Control, Juicio y toma de decisiones, Trabajo en Equipo, Liderazgo, Orientación a Resultados, Percepción de sistemas y entorno.
Funciones:
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades de apoyo en la asignación de los recursos financieros y presupuestarios de la Institución de acuerdo con las normas legales vigentes. • Registrar adecuadamente las transacciones contables. • Elaborar reportes de costos. • Velar por el cumplimiento de las obligaciones tributarias

Puesto: Analista Informático
Misión:
Proveer de apoyo técnico y operativo para la eficaz funcionalidad y seguridad a la red informática de la organización y comunicaciones.
Perfil:
Nivel técnico superior o egresado en ingeniería Informática o analista de sistemas. Competencias técnicas: gestión empresarial. Juicio y toma de decisiones. Expresión escrita. Identificación de problemas. Organización de la información, Pensamiento conceptual. Pensamiento crítico pensamiento analítico.
Funciones:
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades relacionadas con la instalación, mantenimiento, conectividad de los equipos informáticos y de comunicación. • Brindar el soporte técnico al software / hardware de equipo de cómputo.

Puesto: Analista de Talento Humano
Misión:
Ejecutar el sistema integrado de gestión del Talento Humano a través de los diferentes subsistemas que lo integran; implementar las políticas inherentes al área, a fin de captar personal idóneo y mantener un ambiente laboral favorable que proporcione el desarrollo humano e intelectual para alcanzar el logro de los objetivos organizacionales.
Perfil:
Tercer nivel en Psicología Industrial, Administración del Talento Humano, Psicología Organizacional. Competencias técnicas: Desarrollo Estratégico de los Recursos Humanos, Planificación y Gestión, Habilidad Analítica. Pensamiento Conceptual, Orientación y Asesoramiento, Generación de ideas, Monitoreo y Control, Juicio y toma de decisiones, Trabajo en Equipo, Liderazgo, Orientación a Resultados, Percepción de sistemas y entorno.
Funciones:
<ul style="list-style-type: none"> • Administrar el Sistema Integrado del Talento Humano. • Manejar los instrumentos técnicos y aplicación de la base legal del Talento Humano. • Manejo de Nómina.

3.1.9 Direccionamiento Estratégico

3.1.9.1 Misión

Comercializar rosas de exportación producidas en la provincia de Cotopaxi, con el fin de ofrecer un producto de buena calidad que cumpla con todas las normas y requerimientos establecidos por los clientes y ciertos organismos de control, contribuyendo de esta manera a la generación de fuentes de empleo y al desarrollo socioeconómico del país.

3.1.9.2 Visión

En cinco años seremos una empresa con un sólido posicionamiento en el mercado internacional de flores; para lo cual la empresa tendrá una gama de variedades y colores de flores que estén de moda en el mercado, así mismo se incrementará tecnología de primer nivel para tener competitividad con otras empresas florícolas siempre pensando en mantener una excelente calidad como así lo exigen los clientes.

3.1.9.3 Valores Corporativos

- *Honestidad.*- Ser congruentes entre lo que se piensa de los clientes y la conducta con la que se actúa ante ellos.
- *Respecto.*- Es la base de toda convivencia en la sociedad, por lo que se deberá tratar con respecto a todos los involucrados con la empresa.
- *Responsabilidad.*- Este valor permitirá cumplir con responsabilidad todas las obligaciones morales y legales relacionadas con la organización.
- *Compromiso.*- Valor que coadyuvara al cumplimiento de todos los compromisos adquiridos para sacar adelante a la empresa.
- *Justicia.*- Establecer precios justos y adecuados apegados a la realidad del mercado y a los costos de producción.
- *Trabajo en Equipo.*- Valor que permitirá a las personas que laboran dentro de la empresa interactuar, actuar con identidad propia y trabajar en equipo con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos.

3.1.9.4 Principios Corporativos.

- *Calidad.-* Permitirá garantizar la expectativa de los clientes, a través, de una producción basada en la excelencia y profesionalismo todos los productos producidos dentro de la empresa.
- *Excelencia.-* Se buscara desempeñar con objetividad y compromiso todas las actividades necesarias para producir un producto de calidad capaz de lograr la satisfacción total de los clientes.
- *Satisfacción.-* Garantizar que los servicios ofrecidos cumplan con todas las normas técnicas y sanitarias que llenen todas las expectativas de los clientes que se refleje en la satisfacción de los mismos

3.1.9.5 Objetivos Estratégicos

Dentro del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, se plantean alcanzar los siguientes objetivos estratégicos, enfocados en el cumplimiento de la misión y visión establecida.

Objetivos de Comercialización.

- Ofrecer y comercializar flores de alta calidad que satisfaga las necesidades del mercado extranjero.
- Desarrollar un sitio WEB que permita promocionar a la empresa en el mercado internacional, y así, desarrollar y fortalecer la publicidad institucional, a través, de la publicación de la misión y visión empresarial

Objetivos de Talento Humano

- Contar con talento humano capacitado y de experiencia para cada puesto, que contribuya con el cumplimiento de la misión y visión empresarial.
- Conseguir la participación activa de todos los miembros de la organización, con el propósito incluirlos y cooperen en la toma de decisiones.

Objetivos Financieros

- Optimizar gastos con la finalidad de recuperar la inversión en el tiempo establecido.
- Obtener una rentabilidad óptima para justificar el desarrollo del proyecto.

3.1.9.6 Estrategias

Estrategias de Comercialización

- Contratar los servicios de profesionales de una empresa reconocida en el medio publicitario para que diseñe la página WEB institucional, en donde se deberá dar a conocer todo nuestro valor agregado y ventajas competitivas relacionadas con la comercialización de flores, mismas que deberán ser percibidas con facilidad por los posibles clientes.
- Contratar los servicios de una compañía de diseño gráfico para que diseñe el logotipo de la empresa, el cual deberá diferenciar al producto con la competencia y mostrar las cualidades distintivas del negocio.

Estrategias de Talento Humano

- Realizar un adecuado proceso de selección de talento humano, con el propósito de garantizar la calidad de los productos y servicios ofrecidos en el mercado.
- Diseñar una correcta estrategia administrativa, que permita a la alta gerencia recibir sugerencias, comentarios y opiniones de cada uno de los miembros de la organización enfocados con la consecución de los objetivos planteados.

Estrategias Financieras

- Construir una base de datos de proveedores y solicitar proformas permanentes, con el fin de adquirir materias primas a costos bajos y de calidad.
- Verificar constantemente correcta la asignación de los recursos financieros de acuerdo a lo presupuestado, con el fin de precautelar la situación económica de la empresa.

3.2 Impacto Ambiental

Se entiende por impacto ambiental al análisis mediante el cual se puede predecir, identificar, mitigar y corregir los efectos adversos que pueda causar un cambio en el medio ambiente y la calidad de vida en el área intervenida, o bien a la modificación favorable o desfavorable ocasionada por una acción o actividad humana.

El estudio del impacto ambiental, se realiza con el objetivo de determinar los impactos tanto positivos como negativos, que ejerce sobre el ambiente en cualquier actividad. En este caso se incluyen impactos sobre el suelo, agua y aire. En definitiva

lo que se quiere analizar este estudio; es el posible impacto ambiental que generaría la creación de un **Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación**.

El medio ambiente se define como la relación entre ecosistema y cultura. Es el entorno en el cual opera una organización, incluyendo aire, agua, suelo y cualquier otro tipo de recurso natural y la interrelación con los seres humanos. El medio ambiente se extiende desde el interior de una organización hasta el sistema global

Lo que se pretende con este análisis es identificar cuales podrán ser los efectos, que puede causar el establecimiento de este proyecto en el medio ambiente y a su vez considerar la degradación que existe, buscando la forma de mitigar los mismos o bien dar solución o buscar alternativas de solución a dichos impactos.

3.2.1 Elementos del Impacto Ambiental

El entorno en que se ve afectado el medio ambiente por la construcción de este centro de acopio son aire, agua y suelo.

3.2.1.1 El Aire

Por efectos de salvaguardar la calidad de las flores se utilizará productos químicos sean estos fungicidas o plaguicidas los mismos que al ser liberados de su envase contaminaran inevitablemente el ambiente. Razón por la cual el centro de acopio de flores ornamentales debe implementar un programa donde solo se utilice productos de sello verde para garantizar el cuidado del medio ambiente y proteger a las personas que manipulen dichos productos.

3.2.1.2 El Agua

El centro de acopio debe considerar un manejo racional del agua, cuya gestión esté en armonía con la disponibilidad de los recursos, las exigencias agronómicas y de

calidad que el mercado internacional requiere. Con esta premisa, se busca definir procedimientos que eviten el deterioro de los suelos, la contaminación de las aguas subterráneas y que puedan establecer un manejo sostenible del recurso hídrico y del proceso productivo, de esta manera se permitirá usar de manera racional el agua.

3.2.1.3 El Suelo

La edificación del centro de acopio en el área rural, traerá consigo la posible erosión del terreno, un buen diseño tendrá como base el uso racional y sostenible del recurso, adicionalmente generar una consciencia de no contaminación de suelos y aguas superficiales, subterráneas y profundas obviando la aplicación de técnicas no adecuadas y evitando la degradación física de suelos.

3.2.2 Matriz de Leopold

Esta se basa en una matriz en la que se identifican las acciones del hombre que puedan alterar el ambiente y los factores que pueden ser alterados. En las columnas de la matriz se colocan todas las acciones que pueden causar una alteración al ambiente y en el espacio de las filas se ubican todos aquellos factores ambientales de importancia. Una vez realizada la cuadrícula se estiman los valores de magnitud e importancias de acuerdo a los siguientes valores:

Magnitud: con valores de 1 a 10, en el cual 10 corresponde a la alteración máxima provocada en el factor ambiental y 1 la mínima.

Ponderación: Indica el peso relativo que el factor ambiental considerado tiene dentro del proyecto. Mediante esta matriz podemos cuantificar el impacto que tiene las diferentes actividades que se realizarán en el proyecto sobre el ambiente, el numerador indica el impacto que causa esta práctica en el ambiente, mientras más alto sea el número, mayor será el impacto que tendrá esta actividad, en algunos casos

cuando el efecto causado al ambiente sea muy grave se utiliza números negativos, pero en este caso no tenemos actividades con efectos tan graves por lo que no utilizamos numeradores negativos. El denominador indica la importancia que tiene esta actividad para la ejecución del proyecto

CUADRO N° 64: MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL LEOPOLD.

Magnitud/Importancia	Construcción	Hidratación	Fumigación
Agua			
Agua Subterránea	1/10	3/10	2/10
Agua fluvial	1/10	2/10	3/10
Suelo			
Lixiviación	0/10	5/10	4/10
Erosión	3/10	0/10	0/10
Aire	0/10	3/10	7/10
Total	5	13	16
PROMEDIO	3,4		

Elaborador Por: Héctor Rocha

Aplicado la matriz sumamos los numeradores el cual nos indica cual es la actividad que causa mayor impacto al ambiente para poder determinar las respectivas medidas de mitigación, el resultado indica que la fumigación es la actividad que mayor impacto causa al ambiente. Mientras que el proyecto en general tiene un impacto ambiental muy bajo ya que el promedio de cada actividad es de 3.4 considerado de bajo impacto ambiental.

3.2.2.1 Medidas de mitigación

Es importante plantear medidas que permitan evitar o minimizar al máximo el impacto causado por las actividad de mayor impacto que en este caso resultó ser la de fumigación que probablemente será causado por la aplicación de agroquímicos en el control de plagas y enfermedades, para lo cual se deben tomar medidas preventivas que garanticen la sostenibilidad ambiental y salud humana.

Dentro de estas medidas están:

- Manejo Integrado de plagas y enfermedades.
- El reducir el uso de agroquímicos, por el uso permanente de pesticidas ecológicos.
- Utilización del equipo de protección adecuado para los aplicadores.
- Mantenimiento a las bombas de aspersion para garantizar que la dosis aplicada sea la correcta y para evitar el derrame sobre los aplicadores. Ya que esto puede traducirse a daño a la salud del obrero.

3.3 Estudio Financiero

En esta parte del proyecto se establecerá la cantidad monetaria necesaria para poder costear los gastos que se incurrirá tras la ejecución del proyecto, tanto para la instalación (inversión fija y diferida), como para el funcionamiento (capital de trabajo), valores que permitirán realizar y analizar los respectivos estados financieros y determinar la rentabilidad del proyecto.

3.3.1 Inversión Inicial

La inversión inicial está formada por la inversión fija, la inversión diferida y el capital de trabajo.

Inversión Fija.- Que comprende **terreno**, que servirá para la edificación del centro de acopio y que está ubicado en el sector rural del cantón Latacunga; además del rubro correspondiente a **edificio** que comprende la parte operativa o de recepción de la flor y la parte administrativa, la **maquinaria y equipo** necesario para la operación del centro de acopio, **el equipo de cómputo** que es indispensable para el control tecnológico de la nueva empresa, así como también los **muebles y enseres**.

Inversión Diferida.- Que está compuesto por **gastos de constitución** un rubro netamente indispensable para el inicio mismo de toda empresa, **gasto de instalación**, que nos permite poner en funcionamiento ciertos equipos previos al inicio de las actividades y **gastos pre-operación e imprevistos**, que por efectos administrativos se considera un 5 % del total de la inversión.

Capital de trabajo.- Que está formado por la **materia prima** que es el elemento primordial para el funcionamiento del proyecto en este caso será la rosa, el clavel y las flores de verano, **mano de obra** que son quienes darán el toque final al nuevo producto para su despacho al exterior, **costos indirectos de fabricación** son ciertos rubros complementarios que indirectamente intervienen en el proceso de producción y **gasto administrativo** que son rubros que la empresa asume.

CUADRO N° 65: INVERSIÓN INICIAL

RUBRO	VALOR
Inversión	
a) Inversión Fija	
Terrenos	\$ 19,250
Edificios y construcciones	\$ 48,750
Maquinaria y equipo	\$ 27,640
Equipo de computo	\$ 4,800
Equipo de oficina	\$ 2,168
Muebles y Enceres	\$ 3,324
SUBTOTAL	\$ 105,932
b) Inversión Diferida	
Gasto de constitución	\$ 3,200
Gasto instalación.	\$ 2,000
Gasto pre-operación	\$ 17,745
Imprevistos 5%	\$ 5,297
SUBTOTAL	\$ 28,242
C) Capital de trabajo	
Materia Prima	\$ 160,876
Mano de obra	\$ 9,502
CIF	\$ 2,669
Gasto Administrativo	\$ 23,155
SUBTOTAL	\$ 196,202
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 330,376

Elaborador Por: Héctor Rocha.

En el cuadro anterior se cuantifica inversión inicial para poder ejecutar el proyecto, además, se determinó la cantidad de dinero requerida en capital de trabajo para los dos primeros meses de funcionamiento del negocio, considerando que el mismo en este periodo de tiempo no genera ingresos suficientes para solventar dichos gastos.

3.3.2 Cronograma de Inversiones

El cronograma de inversiones dentro de la ejecución del proyecto para la ejecución el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación representa la descripción ordenada en función del tiempo de las actividades y desembolsos económicos que se deben realizar desde el momento que se toma la decisión de ejecutar el proyecto, mismo que se realiza con el propósito lograr una correcta asignación de recursos y evitar retrasos en la construcción de la obra civil que puedan condicionar la iniciación y operación del negocio.

CUADRO N° 66 CRONOGRAMA DE INVERSIONES

TAREAS	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Constitución jurídica	■	■	■	■																																
Trámites para la obtención del préstamo					■	■	■	■																												
Compra del terreno									■	■																										
Obra civil									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																
Terminados de cada una de las aéreas																	■	■																		
Compra de equipos y mobiliario																	■	■	■	■																
Instalación de equipos y mobiliarios																					■	■	■	■												
Prueba de equipos																									■	■										
Selección y contratación de personal																													■	■						
Publicidad y promoción																													■	■	■	■				
Puesta en marcha del proyecto																													■	■	■	■				

En el cuadro anterior se observa el cronograma de inversiones, mismo que inicia el primero de julio y culmina el quince de diciembre.

3.3.3 Financiamiento

Dentro de la ejecución del proyecto es necesario especificar el origen de donde provendrán los recursos económicos para poder poner en marcha el negocio.

3.3.3.1 Fuentes Propias

Es importante aclarar que los recursos económicos para poder ejecutar el proyecto provendrán de los aportes de los socios o accionistas, mismos que deberán contribuir con el 55% de la inversión inicial, valor que asciende aproximadamente a \$ 180.376

3.3.3.2 Fuentes secundarias

De igual manera es importante precisar que para solventar el resto de la inversión inicial que es del 45%, se recurrirá a una obligación crediticia (Préstamo) con el Banco Nacional de Fomento por un monto de \$ 150.000, a continuación se detalla cómo estará estructurada la deuda:

CUADRO N° 67: CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
Institución	Corporación Financiera Ecuatoriana
Línea de crédito	Productivo PYMES
Monto	\$ 150,000
Plazo del crédito	5 años
Tasa de interés	11.83%
Periodo de gracia	1 año

Elaborador Por: Héctor Rocha

CUADRO N° 68: AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

AÑO	CAPITAL	AMORTIZACION	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
0			\$ 17,745	\$ 17,745	\$ 185,490
1	\$ 150,000	\$ 30,000	\$ 13,620	\$ 43,620	\$ 141,870
2	\$ 120,000	\$ 30,000	\$ 10,215	\$ 40,215	\$ 101,655
3	\$ 90,000	\$ 30,000	\$ 6,810	\$ 36,810	\$ 64,845
4	\$ 60,000	\$ 30,000	\$ 3,405	\$ 33,405	\$ 30,000
5	\$ 30,000	\$ 30,000	\$ -	\$ 30,000	\$ -
		\$ 150,000	\$ 51,795	\$ 201,795	

Elaborador Por: Héctor Rocha

El cuadro anterior muestra cómo estará estructurada la deuda en un plazo máximo de cinco años, a una tasa de interés del 11.83% y con un año de gracia.

3.3.4 Costos de Producción

Dentro de la ejecución del proyecto, los costos de producción permitirán determinar los gastos necesarios directamente relacionados con la operacionalización o producción los productos considerados en el proyecto, además, estos costos servirán como base para fijar los precios y establecer la relación costo beneficio.

A continuación se detalla los costos de producción para los productos considerados dentro del proyecto y proyectados a cinco años:

**CUADRO N° 69: COSTO DE PRODUCCIÓN PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE ROSAS**

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Tamaño Propuesto	14,755	15,546	16,374	17,243	18,153
Detalle de costos					
1 Costos fijos	\$ 161,453	\$ 168,290	\$ 176,671	\$ 185,986	\$ 196,309
<i>Mano de Obra Directa</i>	\$ 35,907	\$ 38,797	\$ 41,920	\$ 45,295	\$ 48,841
Costos Generales de Fabricación:					
Mano de Obra Indirecta	\$ 8,977	\$ 9,699	\$ 10,480	\$ 11,324	\$ 12,235
Servicios Básicos	\$ 952	\$ 1,029	\$ 1,112	\$ 1,201	\$ 1,298
Depreciaciones	\$ 6,013	\$ 6,013	\$ 6,013	\$ 6,013	\$ 6,013
Amortizaciones	\$ 5,336	\$ 5,336	\$ 5,336	\$ 5,336	\$ 5,336
Sub Total	\$ 21,278	\$ 22,077	\$ 22,941	\$ 23,874	\$ 24,882
Gastos Administrativos y de Ventas:					
Sueldos y salarios	\$ 68,970	\$ 74,523	\$ 80,522	\$ 87,004	\$ 94,007
Publicidad y promoción	\$ 3,779	\$ 4,083	\$ 4,412	\$ 4,767	\$ 5,151
Transporte	\$ 14,755	\$ 15,943	\$ 17,226	\$ 18,613	\$ 20,111
Sub total	\$ 87,504	\$ 94,548	\$ 102,160	\$ 110,383	\$ 119,269
Gastos Financieros:					
Intereses	\$ 16,765	\$ 12,867	\$ 9,651	\$ 6,434	\$ 3,217
SUB TOTAL	\$ 16,765	\$ 12,867	\$ 9,651	\$ 6,434	\$ 3,217
2. Costos Variables					
Materia prima	\$ 911,924	\$ 985,334	\$ 1,064,654	\$ 1,150,358	\$ 1,242,962
Sub Total	\$ 911,924	\$ 985,334	\$ 1,064,654	\$ 1,150,358	\$ 1,242,962
TOTAL	\$ 1,073,377	\$ 1,153,624	\$ 1,241,325	\$ 1,336,344	\$ 1,439,271

Elaborador Por: Héctor Rocha

En este cuadro se detalla los costos y gastos de producción estimados para la comercialización de rosas que abarca el 94% del total de los servicios a ofertar en el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, ya que este producto es el más cultivado en la zona; para poder proyectar los costos futuros se toma como base a la proyección de inflación para el periodo 2013-2014 que según las estadísticas del Banco Central será del 7% aproximadamente, por último el tamaño propuesto ha sido proyectado en función de la demanda actual y su crecimiento del 5,3%, como se especifica en el cuadro N° 38.

**CUADRO N° 70: COSTO DE PRODUCCIÓN PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE CLAVELES**

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Tamaño Propuesto	613	653	695	739	786
Detalle de costos					
1 Costos fijos	\$ 6,708	\$ 6,993	\$ 7,341	\$ 7,728	\$ 8,157
<i>Mano de Obra Directa</i>	\$ 1,492	\$ 1,612	\$ 1,742	\$ 1,882	\$ 2,034
<i>Costos Generales de Fabricación:</i>					
Mano de Obra Indirecta	\$ 373	\$ 403	\$ 435	\$ 471	\$ 508
Servicios Básicos	\$ 40	\$ 43	\$ 46	\$ 50	\$ 54
Depreciaciones	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
Amortizaciones de la deuda	\$ 222	\$ 222	\$ 222	\$ 222	\$ 222
Sub Total	\$ 884	\$ 917	\$ 953	\$ 992	\$ 1,034
<i>Gastos Administrativos y de Ventas:</i>					
Sueldos y salarios	\$ 2,866	\$ 3,096	\$ 3,346	\$ 3,615	\$ 3,906
Publicidad y promoción	\$ 157	\$ 170	\$ 183	\$ 198	\$ 214
Gasto transporte	\$ 613	\$ 662	\$ 716	\$ 773	\$ 836
Sub Total	\$ 3,636	\$ 3,929	\$ 4,245	\$ 4,586	\$ 4,956
<i>Gastos Financieros:</i>					
Intereses	\$ 697	\$ 535	\$ 401	\$ 267	\$ 134
Sub Total	\$ 697	\$ 535	\$ 401	\$ 267	\$ 134
2. Costos Variables					
Materia prima	\$ 37,891	\$ 40,941	\$ 44,237	\$ 47,798	\$ 51,646
Sub Total	\$ 37,891	\$ 40,941	\$ 44,237	\$ 47,798	\$ 51,646
TOTAL	\$ 44,599	\$ 47,934	\$ 51,578	\$ 55,526	\$ 59,803

Elaborador Por: Héctor Rocha

En este cuadro se detalla los costos y gastos de producción estimados para la comercialización de clavel que abarca el 5% del total de los servicios a ofertar en el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, ya que este producto se cultiva en una cantidad menor a la rosa; para poder proyectar los costos futuros se toma como base a la proyección de inflación para el periodo 2013-2014 que según las estadísticas del Banco Central será del 7% aproximadamente, por último el tamaño propuesto ha sido proyectado en función de la demanda actual y su crecimiento del 5,3%, como se especifica en el cuadro N° 38.

**CUADRO N° 71: COSTO DE PRODUCCIÓN PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE FLORES DE VERANO**

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Tamaño Propuesto	250	263	277	292	307
Detalle de costos					
1 Costos fijos	\$ 2,734	\$ 2,849	\$ 2,991	\$ 3,149	\$ 3,324
<i>Mano de Obra Directa</i>	\$ 608	\$ 657	\$ 710	\$ 767	\$ 829
Costos Generales de Fabricación:					
Mano de Obra Indirecta	\$ 152	\$ 164	\$ 177	\$ 192	\$ 207
Servicios Básicos	\$ 16	\$ 17	\$ 19	\$ 20	\$ 22
Depreciaciones	\$ 102	\$ 102	\$ 102	\$ 102	\$ 102
Amortización de la deuda	\$ 90	\$ 90	\$ 90	\$ 90	\$ 90
Sub Total	\$ 360	\$ 374	\$ 388	\$ 404	\$ 421
Gastos Administrativos y de Ventas:					
Sueldos y salarios	\$ 1,168	\$ 1,262	\$ 1,363	\$ 1,473	\$ 1,592
Publicidad y promoción	\$ 64	\$ 69	\$ 75	\$ 81	\$ 87
Gasto Transporte	\$ 250	\$ 270	\$ 292	\$ 315	\$ 341
Sub Total	\$ 1,482	\$ 1,601	\$ 1,730	\$ 1,869	\$ 2,019
Gastos Financieros:					
Intereses	\$ 284	\$ 218	\$ 163	\$ 109	\$ 54
Sub Total	\$ 284	\$ 218	\$ 163	\$ 109	\$ 54
2. Costos Variables					
Materia prima	\$ 15,440	\$ 16,683	\$ 18,026	\$ 19,477	\$ 21,045
Sub Total	\$ 15,440	\$ 16,683	\$ 18,026	\$ 19,477	\$ 21,045
TOTAL	\$ 18,174	\$ 19,532	\$ 21,017	\$ 22,626	\$ 24,369

Elaborador Por: Héctor Rocha

En este cuadro se detalla los costos y gastos de producción estimados para la comercialización de flores de verano que abarca el 1% del total de los servicios a ofertar en el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, ya que este producto se cultiva como un complemento para la rosa y el clavel; para poder proyectar los costos futuros se toma como base a la proyección de inflación para el periodo 2013-2014 que según las estadísticas del Banco Central será del 7% aproximadamente, por último el tamaño propuesto ha sido proyectado en función de la demanda actual y su crecimiento del 5,3%, como se especifica en el cuadro N° 38.

CUADRO N° 72: COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Detalle	Años				
	1	2	3	4	4
Total tamaño propuesto	15,618	16,462	17,346	18,274	19,246
Detalle de costos					
1 Costos fijos	\$ 170,895	\$ 178,132	\$ 187,003	\$ 196,863	\$ 207,790
<i>Mano de Obra Directa</i>	\$ 38,006	\$ 41,066	\$ 44,372	\$ 47,944	\$ 51,803
<i>Costos Generales de Fabricación:</i>					
Mano de Obra Indirecta	\$ 9,502	\$ 10,266	\$ 11,093	\$ 11,986	\$ 12,951
Servicios Básicos	\$ 1,008	\$ 1,089	\$ 1,177	\$ 1,272	\$ 1,374
Depreciaciones	\$ 6,364	\$ 6,364	\$ 6,364	\$ 6,364	\$ 6,364
Amortización de la deuda	\$ 5,648	\$ 5,648	\$ 5,648	\$ 5,648	\$ 5,648
Sub Total	\$ 22,522	\$ 23,368	\$ 24,282	\$ 25,270	\$ 26,337
<i>Gastos Administrativos y de Ventas:</i>					
Sueldos y salarios	\$ 73,004	\$ 78,881	\$ 85,231	\$ 92,092	\$ 99,505
Publicidad y promoción	\$ 4,000	\$ 4,322	\$ 4,670	\$ 5,046	\$ 5,452
Gasto Transporte	\$ 15,618	\$ 16,875	\$ 18,234	\$ 19,701	\$ 21,287
Sub Total	\$ 92,622	\$ 100,078	\$ 108,134	\$ 116,839	\$ 126,244
<i>Gastos Financieros:</i>					
Intereses	\$ 17,745	\$ 13,620	\$ 10,215	\$ 6,810	\$ 3,405
Sub Total	\$ 17,745	\$ 13,620	\$ 10,215	\$ 6,810	\$ 3,405
2. Costos Variables					
Materia prima	\$ 965,255	\$ 1,042,958	\$ 1,126,916	\$ 1,217,633	\$ 1,315,653
Sub Total	\$ 965,255	\$ 1,042,958	\$ 1,126,916	\$ 1,217,633	\$ 1,315,653
TOTAL	\$ 1,136,151	\$ 1,221,090	\$ 1,313,920	\$ 1,414,496	\$ 1,523,442

Elaborador Por: Héctor Rocha.

En este cuadro se resume todos costos en los tres productos que se comercializara en el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, como se menciona anteriormente fueron proyectados en base a la proyección de inflación para el periodo 2012-2013, que según las estadísticas del Banco Central será de 7% aproximadamente, Además, todos los costos (fijos y variables) fueron prorrateados de acuerdo porcentaje de participación que tendrá cada producto en el mercado. Por último el tamaño propuesto ha sido proyectado en función de la demanda actual y su crecimiento del 5,3%, como se especifica en el cuadro N° 38.

3.3.4.1 Costos Unitarios de Producción

CUADRO N° 73: COSTO UNITARIOS DE PRODUCCIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ROSAS

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costo total	\$ 1,073,377	\$ 1,153,624	\$ 1,241,325	\$ 1,336,344	\$ 1,439,271
Tamaño Propuesto	14,755	15,546	16,374	17,243	18,153
Costo unitario	\$ 72.75	\$ 74.21	\$ 75.81	\$ 77.50	\$ 79.28
Precio de venta	\$ 100	\$ 106.00	\$ 112.36	\$ 119.10	\$ 126.25
Posible utilidad	\$ 27.25	\$ 31.79	\$ 36.55	\$ 41.60	\$ 46.96

Elaborador Por: Héctor Rocha

Para poder determinar el costo de producción unitario para la comercialización de rosas, se dividió el costo total para el número de servicios propuestos, obteniendo como resultado un costo unitario de \$72,75 este valor incluye gasto de transporte y administrativos.

CUADRO N° 74: COSTO UNITARIOS DE PRODUCCIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CLAVELES

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costo total	\$ 44,599	\$ 47,934	\$ 51,578	\$ 55,526	\$ 59,803
Tamaño Propuesto	613	653	695	739	786
Costo unitario	\$ 73	\$ 73	\$ 74	\$ 75	\$ 76
Precio de venta	\$ 120	\$ 127	\$ 135	\$ 143	\$ 151
Posible utilidad	\$ 47.25	\$ 53.80	\$ 60.62	\$ 67.80	\$ 75.37

Elaborador Por: Héctor Rocha

Para poder determinar el costo de producción unitario para la comercialización de rosas, se dividió el costo total para el número de servicios propuestos, obteniendo como resultado un costo unitario de \$73 este valor incluye gasto de transporte y administrativos.

**CUADRO N° 75: COSTO UNITARIOS DE PRODUCCIÓN PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE FLORES DE VERANO**

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costo total	\$ 18,174	\$ 19,532	\$ 21,017	\$ 22,626	\$ 24,369
Tamaño Propuesto	250	263	277	292	307
Costo unitario	\$ 72.75	\$ 74.23	\$ 75.86	\$ 77.57	\$ 79.38
Precio de venta	\$ 90	\$ 95.40	\$ 101.12	\$ 107.19	\$ 113.62
Posible utilidad	\$ 17.25	\$ 21.17	\$ 25.27	\$ 29.62	\$ 34.24

Elaborador Por: Héctor Rocha

Para poder determinar el costo de producción unitario para la comercialización de flores de verano, de igual manera que en los cuadros anteriores, se dividió el costo total para el número de servicios propuestos, obteniendo como resultado un costo unitario de \$ 72.75 este valor incluye gasto de transporte y administrativos

3.3.5 Presupuestos de Ingresos

3.3.5.1 Ingresos Proyectados

Una vez calculados los costos unitarios de producción, es necesario determinar el volumen de ingresos económicos que generara el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, producto de la comercialización de sus productos, como se muestra a continuación:

CUADRO N° 76: INGRESOS PROYECTADOS

DETALLE	TAMAÑO P.	PVP	TOTAL
Comercialización de rosas	14,755	\$ 100	\$ 1,475,493
Comercialización de Clavel	613	\$ 120	\$ 73,569
Comercialización de flores de verano	250	\$ 90	\$ 22,484
TOTAL			\$ 1,571,546
Año 2			
Comercialización de rosas	15,546	\$ 106	\$ 1,647,829
Comercialización de Clavel	653	\$ 127	\$ 83,064
Comercialización de flores de verano	263	\$ 95	\$ 25,102
TOTAL			\$ 1,755,994
Año 3			
Comercialización de rosas	16,374	\$ 112	\$ 1,839,814
Comercialización de Clavel	695	\$ 135	\$ 93,709
Comercialización de flores de verano	277	\$ 101	\$ 28,018
TOTAL			\$ 1,961,541
Año 4			
Comercialización de rosas	17,243	\$ 119	\$ 2,053,656
Comercialización de Clavel	739	\$ 143	\$ 105,639
Comercialización de flores de verano	292	\$ 107	\$ 31,265
TOTAL			\$ 2,190,560
Año 5			
Comercialización de rosas	18,153	\$ 126	\$ 2,291,802
Comercialización de Clavel	786	\$ 151	\$ 119,003
Comercialización de flores de verano	307	\$ 114	\$ 34,880
TOTAL			\$ 2,445,685

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se puede apreciar los ingresos que genera, el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación cuando este entre en operación. Valores obtenidos al multiplicar el tamaño propuesto por los costos promedio del mercado local, información que fue obtenida en la investigación de mercado

3.3.6 Punto de Equilibrio

Este análisis de gran trascendencia dentro de la ejecución del proyecto, permitirá determinar el volumen de ventas necesario que deberá tener el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, para que el mismo no genere ni pérdidas ni ganancias, es decir, se pretende identificar el punto óptimo donde, a través, de las ventas se puedan solventar los costos totales de producción.

**CUADRO N° 77: PUNTO DE EQUILIBRIO PARA LA
COMERCIALIZACION DE ROSAS**

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	\$ 1,475,493	\$ 1,647,829	\$ 1,839,814	\$ 2,053,656	\$ 2,291,802
Costo Total	\$ 1,073,377	\$ 1,153,624	\$ 1,241,325	\$ 1,336,344	\$ 1,439,271
Costos Fijos	\$ 161,453	\$ 168,290	\$ 176,671	\$ 185,986	\$ 196,309
Costos Variables	\$ 911,924	\$ 985,334	\$ 1,064,654	\$ 1,150,358	\$ 1,242,962
Precio de Venta	\$ 100	\$ 106	\$ 112	\$ 119	\$ 126
P.E. Físico	5924	5294	4834	4471	4180
P.E. Monetario	\$ 592,424	\$ 561,130	\$ 543,104	\$ 532,475	\$ 527,725

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se determinó el punto de equilibrio en unidades monetarias y de producción para la comercialización de rosas, el cual deberá tener un volumen de ventas de 5.924 cajas, con un total de \$ 592,424 y a un costo de \$ 100., valores mínimos de producción para que el proyecto genere ni perdidas ganancias.

**CUADRO N° 78: PUNTO DE EQUILIBRIO PARA LA
COMERCIALIZACION DE CLAVEL**

Detalle	Años				
	1	2	3	5	5
Ingresos por Ventas	\$ 73,569	\$ 83,064	\$ 93,709	\$ 105,639	\$ 119,003
Costo Total	\$ 44,599	\$ 47,934	\$ 51,578	\$ 55,526	\$ 59,803
Costos Fijos	\$ 6,708	\$ 6,993	\$ 7,341	\$ 7,728	\$ 8,157
Costos Variables	\$ 37,891	\$ 40,941	\$ 44,237	\$ 47,798	\$ 51,646
Precio de Venta	\$ 120	\$ 127	\$ 135	\$ 143	\$ 151
P.E. Físico	142	130	121	114	108
P.E. Monetario	\$ 17,036	\$ 16,534	\$ 16,327	\$ 16,290	\$ 16,396

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se determinó el punto de equilibrio en unidades monetarias y de producción para la comercialización de claveles, el cual deberá tener un volumen de ventas de 142 cajas, con un total de \$ 17,036 y a un costo de \$ 120, valores mínimos de producción para que el proyecto genere ni perdidas ganancias.

**CUADRO N° 79: PUNTO DE EQUILIBRIO PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE FLORES DE VERANO**

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	\$ 22,484	\$ 25,102	\$ 28,018	\$ 31,265	\$ 34,880
Costo Total	\$ 18,174	\$ 19,532	\$ 21,017	\$ 22,626	\$ 24,369
Costos Fijos	\$ 2,734	\$ 2,849	\$ 2,991	\$ 3,149	\$ 3,324
Costos Variables	\$ 15,440	\$ 16,683	\$ 18,026	\$ 19,477	\$ 21,045
Precio de Venta	\$ 90	\$ 95	\$ 101	\$ 107	\$ 114
P.E. Físico	158	135	118	106	97
P.E. Monetario	\$ 14,260	\$ 12,842	\$ 11,972	\$ 11,397	\$ 11,029

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se determinó el punto de equilibrio en unidades monetarias y de producción para la comercialización de claveles, el cual deberá tener un volumen de ventas de 158 cajas, con un total de \$ 14,260 y a un costo de \$ 90, valores mínimos de producción para que el proyecto genere ni pérdidas ganancias.

3.3.7 Estados Financieros

Dentro de la evaluación del proyecto, los estados financieros permitirán realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter netamente económico relacionadas con la factibilidad del proyecto.

3.3.7.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

CUADRO N° 80 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CUENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	\$ 1,571,546	\$ 1,755,994	\$ 1,961,541	\$ 2,190,560	\$ 2,445,685
EGRESOS					
Costo de producción	\$ 1,016,282	\$ 1,097,126	\$ 1,184,478	\$ 1,278,861	\$ 1,380,842
Materia Prima	\$ 965,255	\$ 1,042,958	\$ 1,126,916	\$ 1,217,633	\$ 1,315,653
Mano de obra directa	\$ 38,006	\$ 41,066	\$ 44,372	\$ 47,944	\$ 51,803
Costos Indirectos de fabricación	\$ 13,021	\$ 13,102	\$ 13,189	\$ 13,284	\$ 13,386
UTILIDAD BRUTA	\$ 555,264	\$ 658,869	\$ 777,064	\$ 911,699	\$ 1,064,843
Gastos de operación	\$ 92,622	\$ 100,078	\$ 108,134	\$ 116,839	\$ 126,244
Gastos Administrativos y ventas	\$ 92,622	\$ 100,078	\$ 108,134	\$ 116,839	\$ 126,244
UTILIDAD OPERACIONAL.	\$ 462,642	\$ 558,791	\$ 668,930	\$ 794,860	\$ 938,598
Gastos financieros					
Intereses	\$ 17,745	\$ 13,620	\$ 10,215	\$ 6,810	\$ 3,405
UTILIDAD ANTES DE PARTICIP.	\$ 444,897	\$ 545,171	\$ 658,715	\$ 788,050	\$ 935,193
15% Participación trabajadores	\$ 66,735	\$ 81,776	\$ 98,807	\$ 118,207	\$ 140,279
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 378,163	\$ 463,395	\$ 559,908	\$ 669,842	\$ 794,914
Impuesto a la renta 25 %	\$ 94,541	\$ 115,849	\$ 139,977	\$ 167,461	\$ 198,729
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	\$ 283,622	\$ 347,546	\$ 419,931	\$ 502,382	\$ 596,186
5% Reserva legal	\$ 14,181	\$ 17,377	\$ 20,997	\$ 25,119	\$ 29,809
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 269,441	\$ 330,169	\$ 398,934	\$ 477,263	\$ 566,377

Elaborador Por: Héctor Rocha

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, el estado de pérdidas y ganancias permitió determinar que el proyecto para la Creación del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación genera rentabilidad desde el primer año de operación, una vez realizado todos los descuentos de ley.

3.3.7.2 Estado de Situación Financiera

CUADRO N° 81: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

CUENTAS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 196,202	\$ 544,390	\$ 871,613	\$ 1,269,591	\$ 1,748,266	\$ 2,318,727
<u>Disponible</u>						
Caja-Bancos	\$ 196,202	\$ 452,335	\$ 771,628	\$ 1,162,478	\$ 1,634,886	\$ 2,257,128
ACTIVO FIJO	\$ 105,932	\$ 99,568	\$ 93,204	\$ 86,839	\$ 80,475	\$ 74,111
<u>No depreciable</u>						
Terrenos	\$ 19,250	\$ 19,250	\$ 19,250	\$ 19,250	\$ 19,250	\$ 19,250
<u>Depreciable</u>						
Edificios	\$ 48,750	\$ 46,434	\$ 44,119	\$ 41,803	\$ 39,488	\$ 37,172
Maquinaria y equipos	\$ 27,640	\$ 25,152	\$ 22,665	\$ 20,177	\$ 17,690	\$ 15,202
Equipo de computo	\$ 4,800	\$ 3,733	\$ 2,667	\$ 1,600	\$ 533	\$ (534)
Equipo de oficina	\$ 2,168	\$ 1,973	\$ 1,778	\$ 1,583	\$ 1,388	\$ 1,192
Muebles y enseres	\$ 3,324	\$ 3,025	\$ 2,726	\$ 2,427	\$ 2,127	\$ 1,828
OTROS ACTIVOS	\$ 28,242	\$ 22,593	\$ 16,945	\$ 11,297	\$ 5,648	\$ -
<u>Diferidos</u>						
Gastos de instalación	\$ 2,000	\$ 1,600	\$ 1,200	\$ 800	\$ 400	\$ -
Gastos de constitución	\$ 3,200	\$ 2,560	\$ 1,920	\$ 1,280	\$ 640	\$ -
Imprevistos	\$ 5,297	\$ 4,237	\$ 3,178	\$ 2,119	\$ 1,059	\$ -
Gastos de pre operación	\$ 17,745	\$ 14,196	\$ 10,647	\$ 7,098	\$ 3,549	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 330,376	\$ 666,551	\$ 981,761	\$ 1,367,727	\$ 1,834,390	\$ 2,392,838
PASIVO						
<u>A corto plazo</u>						
15% participación Trabajad.		\$ 66,735	\$ 81,776	\$ 98,807	\$ 118,207	\$ 140,279
<u>A largo plazo</u>						
Documentos por pagar	\$ 150,000	\$ 150,000	\$ 120,000	\$ 90,000	\$ 60,000	\$ 30,000
TOTAL PASIVO	\$ 150,000	\$ 216,735	\$ 201,776	\$ 188,807	\$ 178,207	\$ 170,279
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 180,376	\$ 180,376	\$ 180,376	\$ 180,376	\$ 180,376	\$ 180,376
Utilidad acumulada		\$ -	\$ 269,441	\$ 599,610	\$ 998,544	\$ 1,475,807
Utilidad del ejercicio		\$ 269,441	\$ 330,169	\$ 398,934	\$ 477,263	\$ 566,377
TOTAL PATRIMONIO	\$ 180,376	\$ 449,817	\$ 779,986	\$ 1,178,920	\$ 1,656,183	\$ 2,222,559
T. PASIVO Y PATR.	\$ 330,376	\$ 666,551	\$ 981,761	\$ 1,367,727	\$ 1,834,390	\$ 2,392,838

En el cuadro anterior se puede observar el estado de situación financiera para la Creación de Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, mismo que muestra en forma clara y precisa el valor de cada una de las obligaciones y

derechos que se generaran tras la ejecución del proyecto, los cuales han sido elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados

3.3.7.3 Flujo de Caja o Cash Flow

CUADRO N° 82: FLUJO DE CAJA O CASH FLOW

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES		\$ 1,571,546	\$ 1,755,994	\$ 1,961,541	\$ 2,190,560	\$ 2,445,685
Ingresos por Ventas		\$ 1,571,546	\$ 1,755,994	\$ 1,961,541	\$ 2,190,560	\$ 2,445,685
B. EGRESOS OPERACIONALES		\$ 1,118,406	\$ 1,207,470	\$ 1,303,705	\$ 1,407,686	\$ 1,520,037
Materia Prima		\$ 965,255	\$ 1,042,958	\$ 1,126,916	\$ 1,217,633	\$ 1,315,653
Mano de Obra Directa		\$ 38,006	\$ 41,066	\$ 44,372	\$ 47,944	\$ 51,803
Mano de Obra Indirecta		\$ 9,502	\$ 10,266	\$ 11,093	\$ 11,986	\$ 12,951
Costos Indirectos de fabricación		\$ 13,021	\$ 13,102	\$ 13,189	\$ 13,284	\$ 13,386
Gastos Administrativos		\$ 73,004	\$ 78,881	\$ 85,231	\$ 92,092	\$ 99,505
Gastos de Ventas		\$ 19,618	\$ 21,197	\$ 22,903	\$ 24,747	\$ 26,739
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 453,141	\$ 548,524	\$ 657,837	\$ 782,874	\$ 925,648
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 330,376	\$ 12,013	\$ 12,013	\$ 12,013	\$ 12,013	\$ 69,007
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo	\$ 150,000					
Futuras capitalizaciones						
Aportes de capital	\$ 180,376					
Depreciación		\$ 6,364	\$ 6,364	\$ 6,364	\$ 6,364	\$ 6,364
Amortización		\$ 5,648	\$ 5,648	\$ 5,648	\$ 5,648	\$ 5,648
Saldo Remanente						\$ 56,994
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 330,376	\$ 209,020	\$ 241,244	\$ 278,999	\$ 322,478	\$ 372,413
Pago de intereses		\$ 17,745	\$ 13,620	\$ 10,215	\$ 6,810	\$ 3,405
Pago de créditos a corto plazo						
Pago de créditos a largo plazo		\$ 30,000	\$ 30,000	\$ 30,000	\$ 30,000	\$ 30,000
Pago participación de utilidades		\$ 66,735	\$ 81,776	\$ 98,807	\$ 118,207	\$ 140,279
Pago de impuestos		\$ 94,541	\$ 115,849	\$ 139,977	\$ 167,461	\$ 198,729
Inversión fija	\$ 105,932					
inversión diferida	\$ 28,242					
Capital de trabajo	\$ 196,202					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ -	\$ (197,008)	\$ (229,232)	\$ (266,987)	\$ (310,465)	\$ (303,406)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	\$ -	\$ 256,133	\$ 319,292	\$ 390,850	\$ 472,408	\$ 622,242
H. SALDO INICIAL DE CAJA		\$ 196,202	\$ 452,335	\$ 771,628	\$ 1,162,478	\$ 1,634,886
I. SALDO FINAL DE CAJA		\$ 452,335	\$ 771,628	\$ 1,162,478	\$ 1,634,886	\$ 2,257,128

Elaborador Por: Héctor Rocha

En el cuadro anterior se pudo estimar la cantidad de ingresos que genera la ejecución para la creación del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, esta herramienta es considerada como esencial ya que permite predecir las necesidades futuras de efectivo antes de que surjan.

3.4 Evaluación Financiera

La evaluación financiera dentro del proyecto factibilidad para la Creación del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, permitirá cuantificar los beneficios futuros que generara el negocio cuando este entre en operación, es decir, mediante esta evaluación los inversionistas podrán estimar técnicamente si los ingresos que generaran sus aportaciones son superiores al dinero o de capital aportado.

3.4.1 Tasa de Rendimiento Aceptable (TMAR)

La tasa de rendimiento es el interés o porcentaje que desean obtener los inversionistas o accionistas del proyecto tras la inversión realizada, y esta determinada al sumar el promedio de la tasa activa y pasiva del sistema financiero del país más un porcentaje de riesgo del negocio.

CUADRO N° 83: TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO (TMAR)

Tasa de interés Activa	11.83%
Tasa de interés Pasiva	4.40%
Promedio	8,11
Porcentaje de riesgo	6.00%
Temar	14.11%

Elaborador Por: Héctor Rocha

3.4.2 Valor Actual Neto (VAN)

Este método permite determinar si es conveniente o no llevar adelante la inversión:

CUADRO N° 84: CÁLCULO DEL VAN

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO 1°	CALCULO FACTOR ACTUALIZACIÓN	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO ACUMULADO
0	\$ (330,376)	1/(1+0.1412)^0	1.00	(\$ 330,376)	(\$ 330,376)
1	\$ 256,133	1/(1+0.1412)^1	0.88	\$ 224,452	(\$ 105,924)
2	\$ 319,292	1/(1+0.1412)^2	0.77	\$ 245,190	\$ 139,266
3	\$ 390,850	1/(1+0.1412)^3	0.67	\$ 263,016	\$ 402,282
4	\$ 472,408	1/(1+0.1412)^4	0.59	\$ 278,578	\$ 680,860
5	\$ 622,242	1/(1+0.1412)^5	0.52	\$ 321,548	\$ 1,002,408
					VAN

Elaborador Por: Héctor Rocha

De acuerdo al cálculo efectuado se obtuvo como resultado un VAN mayor a cero, es decir, que los valores actualizados al día de hoy es mayor que la inversión realizada, quedando demostrado, a través, de esta herramienta la factibilidad del proyecto.

3.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$T.I.R = r_2 + \left\{ (r_2 - r_1) * \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right\}$$

$$T.I.R = 0,17 + \left\{ (0,17 - 0,14) * \frac{1.002.408}{1.002.408 - 873,489} \right\}$$

$$T.I.R = 0,18 + (0,037 * 7,75)$$

$$T.I.R = 0,18 + 0,287$$

$$T.I.R = 0,48 * 100\%$$

$$T.I.R = 46.5\%$$

Una vez aplicada esta herramienta financiera, se deduce que el porcentaje obtenido (46.5%) refleja la factibilidad del proyecto, ya que este valor supera a la

TMAR y la tasa pasiva promedio de las instituciones financieras del País, que alcanza 11.38 % para el sector micro empresarial.

3.4.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

$$P.R.I = \text{Año del último flujo (negativo)} + \frac{\text{Primer flujo de efectivo act acum positivo}}{\text{Inversión Inicial Total}}$$

$$P.R.I = 2 + \frac{139.266}{330.376}$$

$$P.R.I = 2 + 0,42$$

$$P.R.I = 2.42$$

$$P.R.I = 2 \text{ años, } 3 \text{ mes, } 1 \text{ días}$$

De acuerdo al cálculo anterior la inversión del proyecto se puede recuperar en 2 años, 3 meses un día.

3.4.5 Relación Costo Beneficio

$$R B/C = \frac{\text{Ingresos Totales Actualizados}}{\text{Costos Totales Actualizados}}$$

CUADRO N° 85: INGRESOS Y COSTOS ACTUALIZADOS

AÑOS	INGRESO VENTAS	COSTOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	\$ 1.571.546	\$ 1.136.151	0,8763	\$ 1.377.160	\$ 995.619
2	\$ 1.755.994	\$ 1.221.090	0,7679	\$ 1.348.459	\$ 937.696
3	\$ 1.961.541	\$ 1.313.920	0,6729	\$ 1.319.986	\$ 884.180
4	\$ 2.190.560	\$ 1.414.496	0,5897	\$ 1.291.767	\$ 834.124
5	\$ 2.445.685	\$ 1.523.442	0,5168	\$ 1.263.825	\$ 787.249
TOTAL				\$ 6.601.196	\$ 4.438.869

Elaborador Por: Héctor Rocha

$$R B/C = \frac{6.601.196}{4.438.869}$$

$$R B/C = 1,59$$

El cálculo de esta razón indica que por cada dólar de inversión, el proyecto generara \$ 1.59 de ingresos.

3.4.6 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad dentro del proyecto para la Creación del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, permitirá mostrar los efectos que ocasionaría una variación o cambio en el valor en una o más variables de los costos o ingresos que inciden directamente en la ejecución del proyecto, es decir permite cuantificar con que holgura se cuenta en el caso de eventuales cambios de dichas variables del mercado.

CUADRO N° 86: ESCENARIOS DEL PROYECTO

N°	ESPECIFICACIONES	VAN	TIR	PRI	R.C.B	CONDICIÓN
1	Proyecto actual	1,002.408	46.5 %	2 años 3 meses	1.59	Factible
2	Incremento del 10% en los costos de producción	964.601	40.8 %	2 años, 9 meses	1.35	Poco sensible
3	Reducción del 10% en el volumen de ventas	858.148	36.4 %	2 años , 6 meses	1.46	Poco sensible
4	Reducción del 10% en el precio de ventas	616.753	29.2 %	3 años 7 meses	1.29	Sensible

Elaborador Por: Héctor Rocha

Dentro de los escenarios propuestos para el proyecto para la Creación del Centro del Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, se considera que si existe un incremento del 10% en los costos de producción, los indicadores considerados sufren una pequeña disminución, siguiendo siendo factible el proyecto. Por otro lado si se reducen en un 10% el volumen de las ventas el proyecto registra mínimos cambios en sus ingresos siendo este escenario poco sensible a la disminución en el volumen de las vetas.

Por último, si existe una reducción de un 10% en el precio de venta, se minimizan considerablemente los ingresos y se incrementa significativamente el periodo de recuperación de la inversión, por lo que este escenario se lo considera como sensible a la disminución del precio de venta de los productos considerados en el proyecto.

En conclusión el proyecto es el más sensible a la reducción de los precios de venta, que al incremento de los costos de producción o la reducción en el volumen de las ventas.

3.4.7 Análisis de los Estados Financieros

El análisis de los estados financieros permitirá evaluar y estimar de manera crítica la rentabilidad de las operaciones del Centro del Acopio de Flores Ornamentales de Exportación cuando este entre en operación en el mercado.

3.4.7.1 Razón de liquidez

El índice de liquidez corriente permitirá medir la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{330.376}{150.000}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = 2.20$$

Significa que la empresa por cada dólar de deuda a corto plazo cuenta con 2.20, por lo que se llega a la conclusión que el proyecto es lo suficientemente líquido para cumplir con sus obligaciones.

3.4.7.2 Razón de Endeudamiento

Con el cálculo de este indicador se pretende medir el grado en el que la empresa se ha financiado por medio de la deuda.

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total} \times 100}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \frac{150,000 \times 100}{330.376}$$

$$\text{Razón de Endeudamiento} = 7.12 \%$$

La razón de endeudamiento para el quinto año de análisis será del 7.12 %, por lo que se concluye que el porcentaje de la empresa que pertenecerá a terceros al final del periodo será mínimo, quedando demostrado la eficacia del proyecto y el éxito de la inversión.

3.4.7.3 Apalancamiento Financiero

El efecto que produce los intereses de la deuda y las obligaciones, en relación al conjunto de recursos propios con los que cuenta la empresa.

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{\text{Utilidad antes de Impuestos} / \text{Patrimonio}}{\text{Utilidad antes de Impuestos e Intereses} / \text{Activo Total}}$$

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{378.163 / 180.376}{462.642 / 330.376}$$

$$\text{Apalancamiento Financiero} = 1.51$$

Mediante este indicador concluimos que la deuda contribuye a la generación de rentabilidad para la empresa, es decir, el financiamiento es viable.

3.4.8 Razón de rentabilidad

3.4.8.1 Margen de utilidad neta

Indica el monto unitario de utilidades que se obtienen por cada dólar vendido en la empresa

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{269.441 \times 100}{1.571.546}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 17.14 \%$$

El resultado obtenido muestra que para el primer año de operación, la empresa generara un margen de rentabilidad del 17.14 % por cada dólar invertido, es decir existirá un muy buen porcentaje de utilidad neta sobre la inversión realizada.

3.4.8.2 Rendimiento del patrimonio

Muestra la relación de la ganancia que la empresa va obtener en el ejercicio, frente al patrimonio, es decir, mide la rentabilidad de la propiedad del accionista

$$\text{Rendimiento del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rendimiento del Patrimonio} = \frac{269.441 \times 100}{180.376}$$

$$\text{Rendimiento del Patrimonio} = 149 \%$$

Este porcentaje obtenido 149 % en el primer año de operación de la empresa, indica la rentabilidad que produce la empresa en relación al patrimonio, índice que comprueba la rentabilidad de la empresa a favor de los accionistas.

3.4.8.3 Rendimiento de la Inversión

Mide la efectividad de la administración para producir utilidades.

$$\text{Rendimiento de la Inversión} = \frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rendimiento de la Inversión} = \frac{269.441 \times 100}{330.376}$$

$$\text{Rendimiento de la Inversión} = 81.56 \%$$

Este resultado indica una efectividad de la administración del 81.56 %, para producir utilidades con los activos disponibles, porcentaje que es considerado muy bueno y comprueba la rentabilidad de la inversión realizada.

3.4.9 Análisis Socio Económico

La creación del “Centro de acopio de flores ornamentales de exportación es una propuesta destinada a mejorar la situación actual de los hogares dedicados al sector florícola en cantidades pequeñas si a extensión se refiere, considerando que la provincia de Cotopaxi no cuenta con un centro de acopio destinado a brindar este servicio.

Este proyecto de desarrollo por el hecho mismo de ser un servicio de exportación provocará un fuerte impacto económico y social en cada una de las familias dedicadas a esta actividad, ya que se convertirán en entes productivos capaces de autogenerar sus ingresos, contribuir al adelanto del país (pago de impuestos), generando fuentes de trabajo sea directa o indirecta, ya que es sabido que el sector florícola emplea por cada hectárea 10 fuentes de trabajo directo y 20 fuentes de trabajo de manera indirecta

Esta propuesta evitará que los jóvenes de los hogares de la provincia de Cotopaxi tengan que emigrar a otras ciudades fuera de la provincia en busca de empleo ya que al poner en marcha este proyecto incentivará a que más hogares se dediquen a este importante sector como lo es el florícola.

3.5 CONCLUSIONES

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se pudo comprobar mediante la utilización y aplicación de encuestas, la existencia de demanda insatisfecha en el mercado considerado ya que actualmente en la provincia de Cotopaxi, no existe ningún establecimiento económico que se dedique al Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, información que incentiva la creación de este nuevo negocio.
- Que en el estudio técnico, se determinó a través, de la utilización de instrumentos técnicos (matrices de ponderación), que el Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, deberá estar ubicado en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, Parroquia Poaló. Además, se diseñó el Layout de las instalaciones teniendo en cuenta que se captara el 5 % de la demanda insatisfecha existente en el mercado
- En la propuesta administrativa se especificó la razón social, personería jurídica, trámites legales y lineamientos que deben cumplir para la constitución del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, además, se estableció la misión, visión y objetivos a cumplir, como también, se establecieron estrategias, valores y principios al que se regirá el negocio tras su implantación.
- En el estudio financiero se cuantifico la inversión inicial requerida para poner en marcha el negocio, la misma asciende a \$ 330.736, y está compuesta por la inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo, además, se realizaron los estados financieros con el propósito apreciar ordenadamente los valores proyectados que generara el proyecto.
- En la evaluación financiera, a través, de indicadores financieros como el VAN que es de \$ 1,002,048 y la TIR del 46.5%, por lo que concluyo que el proyecto en las condiciones planteadas es factible ya que muestra flujos altos de

efectivo y es mucho más rentable que realizar una inversión en el sistema financiero.

3.6 RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner en marcha el proyecto para la creación del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, ya que en el estudio de mercado se determinó la existencia de demanda insatisfecha para el servicio considerado.
- Considerar seriamente la información obtenida en el estudio técnico, es decir tomar en cuenta el lugar planteado para aplicar este proyecto, ya que el mismo permitirá facilitar el acceso de los clientes y proveedores al Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación.
- Dar estricto cumplimiento al cronograma de inversiones y adquisiciones planteadas, de tal manera que se puedan proveer inconvenientes o imprevistos que retrasen la puesta en marcha y el éxito del negocio en el mercado.
- Supervisar y evaluar permanentemente que los estados financieros del Centro de Acopio de Flores Ornamentales de Exportación, se apeguen a las normas de contabilidad generalmente aceptados, para de esta manera garantizar y transparentar el manejo económico del negocio ante los organismos de control.
- Adicionalmente, se recomienda poner en consideración de las diferentes instituciones crediticias de la provincia de Cotopaxi el presente trabajo investigativo, con la finalidad de obtener el financiamiento necesario para poder empezar a ejecutar el proyecto a la brevedad posible.

3.7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

3.7.1 BIBLIOGRAFÍA CITADA

- AMARO, Raymundo. “Administración de Empresas I”, Editora Tiempo S:A 1998 Pág. (32-33)
- BACA URBINA, Gabriel. “Evaluación de Proyectos”, 6ta. Edición, Mac Graw Hill, Bogotá Colombia 2006, Pág. (2 a 186)
- CAROD, Miguel Diccionario Enciclopédico Gran Plaza y Jaime Ilustrado, Editores Argentina S.A Sao Pablo Brasil, (Pág. 148)
- CHIAVENATO, Idalberto. “Introducción a la Teoría General de la Administración”. Quinta edición 2000. Pág.(225 a 231)
- FISHER, Laura, ESPEJO, Jorge. “Mercadotecnia”, Sexta Edición, Mac Graw-Interamericana 2000, Pág.(60)
- GARCÍA, Gary flor. “Guía para Elaborar Planes De Negocios” Primera edición, Graficas Paola 2006, Pág. (70 a 103)
- SAPAG, Chaín Nassir. “Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación” Mac Graw Hill Bogotá 2001 Pág. (15 a 241)
- SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo “Preparación y Evaluación de proyectos” Mac Graw Hill ineteramenricana,2000 Pág. (142)
- URIBE, Augusto. “Introducción al Proyecto”. Edit. Herrero Hnos, 2º Edición 2000, Pág. (12)

3.7.2 BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- CASTILLO SÁNCHEZ Mauricio, “Manual para Formación de Investigadores”, Segunda Edición, Arte Joven Colombia 2004.
- CERRON COLLAZOS Jesús, “Inversión y Financiamiento de Proyectos”, Segunda Edición, San Marcos, Perú 2004
- CÓRDOBA PADILLA Marcial, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, México, Ecoe ediciones litda 2006.
- COSS BU Raúl, “Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión” Noriega editores Limusa, México 2005.
- FRED R. David “Conceptos de Administración Estratégica”, Novena Edición, Pearson Education, México 2003.
- OCAMPO José Eliseo, “Costos y Evaluación de Proyectos”, Primera Edición, Continental, México 2002.
- VÁSCONES, José Vicente. “Contabilidad General”. Editorial Voluntad Edición Primera. Quito-Ecuador.2001.
- WANDESLEY Fernanda, “Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación” Prentice Holl, México 2005.

3.7.3 BIBLIOGRAFÍA VIRTUAL

- <http://www.bce.fin.ec/resultadosBusqueda.php?cx=015126853653276788048%3Azjqxq462t0&cof=FORID%3A11&q=tasas+de+interes> (consultado: 8/10/11, 16:30 PM).
- http://www.expoflores.com/index.php?option=com_content&view=article&id=81&Itemid=62 (Consultado: 22/11/11, 12:10PM).
- <http://www.ecuadorflores.com/CLOpiZfG-a8CFcyb7Qod6j92FA> (consultado: 07/01-12, 09H30 PM).
- http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=1253&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800 (Consultado: 12/02/2012. 13:40PM).
- http://www.sica.int/busqueda/busqueda_basica.aspx?IdCat=23&IdMod=4&PryReg=1 (Consultado: 20/01/2012. 20:40PM).
- Enciclopedia. Microsoft. Encarta 2009.

ANEXOS

ANEXO N° 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PEQUEÑOS FLORICULTORES DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

Nombre:.....

Fecha.....

OBJETIVO: Obtener información necesaria para determinar la factibilidad para la creación de un centro de acopio de flores ornamentales de exportación en el cantón de Latacunga, provincia de Cotopaxi.

1. ¿Conoce usted de un centro de acopio de flores ornamentales de exportación en la ciudad de Latacunga?

SI NO

2. ¿De crearse un centro de acopio de flores ornamentales de exportación, desearía usted comercializar sus productos, a través del mismo?

SI NO

3. ¿Una vez que entre a operar en el mercado el centro de acopio de flores ornamentales en la ciudad de Latacunga, con qué frecuencia le gustaría utilizar este servicio?

5 Veces al Mes	
10 Veces al Mes	
15 Veces al Mes	
20 Veces al Mes	

4. ¿Cuál es el volumen de producción mensual de flores de exportación, en su plantación?

15 Cajas	
30 Cajas	
45 Cajas	
60 Cajas en adelante	

5. ¿Cuál es el precio promedio de que recibe usted producto de la venta de una caja de flor de exportación.

30 Dólares	
40 Dólares	
50 Dólares	

6. ¿De crearse el centro de acopio de flores ornamentales, en qué lugar del cantón Latacunga le gustaría que se ubique?

San Buena Ventura

Poaló

Tanicuchí Lasso)

7. ¿Qué tipo de flor cultiva usted?

ROSA

CLAVEL

OTRA (especifique).....

8. ¿Considera usted que la creación de un centro de acopio de flores ornamentales, mejorara notablemente la situación económica de su familia?

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACION.

ANEXO N° 2

CUESTIONARIO DIRIGIDO A BROKERS

Nombre:.....

Fecha:.....

1. ¿Cuál es el tipo de flor que usted comercializa?

Rosas estándar

Clavel de Verano

Otras flores cortadas

2. ¿Cuál es la cantidad promedio de cajas full compra a la semana?

90 Cajas

120Cajas

150 Cajas

3. ¿De qué país proviene las flores que usted comercializa?

Ecuador

Colombia

Holanda

Otros

4. ¿Cuál sería el precio promedio que estaría dispuesto pagar por la compra de una caja de flor ecuatoriana?

\$ 90

\$ 105

\$ 120

5. ¿Cuál es el principal País al que destina sus ventas?

Estados Unidos

Europa

Rusia

otros

6. ¿Considera que existe demanda de flores en el mercado mundial?

Si

No

GRACIAS POR SU COLOBAORACION

ANEXO N° 3

CALCULO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA													
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor mensual	Sueldo anual	Aporte patronal 12.15 %	Aporte personal 9.35 %	Neto anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Total benéficos sociales	Total sueldo anual
Técnico en cultivo	Unidad	1	\$ 600	\$ 7,200	\$ 875	\$ 673	\$ 7,402	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 300	\$ 2,100	\$ 9,502
Sup. Control de calidad	Unidad	1	\$ 600	7200	\$ 875	\$ 673	\$ 7,402	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 300	\$ 2,100	\$ 9,502
Operadores carga	Unidad	4	\$ 300	\$ 14,400	\$ 1,750	\$ 1,346	\$ 14,803	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 600	\$ 4,200	\$ 19,003
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA													\$ 38,006
MANO DE OBRA INDIRECTA													
Guardia	Unidad	2	\$ 300	\$ 7,200	\$ 875	\$ 673	\$ 7,402	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 300	\$ 2,100	\$ 9,502
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA													\$ 9,502

CALCULO GASTO ADMINISTRATIVO

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor Mensual	Sueldo anual	Aporte patronal 12.15 %	Aporte personal 9.35 %	Neto anual	décimo tercero	décimo cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Total Benéficos sociales	Total Sueldo anual
Gerente	Unidad	1	\$ 1,500	\$ 18,000	\$ 2,187	\$ 1,683	\$ 18,504	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 750	\$ 5,250	\$ 23,754
Técnico en planificación	Unidad	1	\$ 750	\$ 9,000	\$ 1,094	\$ 842	\$ 9,252	\$ 750	\$ 750	\$ 750	\$ 375	\$ 2,625	\$ 11,877
Abogado	Unidad	1	\$ 750	\$ 9,000	\$ 1,094	\$ 842	\$ 9,252	\$ 750	\$ 750	\$ 750	\$ 375	\$ 2,625	\$ 11,877
Técnico en mercadeo	Unidad	1	\$ 750	\$ 9,000	\$ 1,094	\$ 842	\$ 9,252	\$ 750	\$ 750	\$ 750	\$ 375	\$ 2,625	\$ 11,877
Contador	Unidad	1	\$ 600	\$ 7,200	\$ 875	\$ 673	\$ 7,402	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 300	\$ 2,100	\$ 9,502
Secretaria	Unidad	1	\$ 350	\$ 4,200	\$ 510	\$ 393	\$ 4,318	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 175	\$ 1,225	\$ 5,543
Ventas (Ing. Comercio exterior)	Unidad	1	\$ 750	\$ 9,000	\$ 1,094	\$ 842	\$ 9,252	\$ 750	\$ 750	\$ 750	\$ 375	\$ 2,625	\$ 11,877
SUB TOTAL													\$ 86,306
VENTAS													
Publicidad y promoción	Unidad												\$ 2,000
Creación de pagina WEB	Unidad												\$ 2,000
Gasto transporte	Cajas	15,618	1.25										\$ 19,522
SUB TOTAL													\$ 23,522
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO													\$ 109,828

ANEXO N° 4

CALCULO DE LA DEPRECIACIÓN				
a) Inversión Fija	VALOR INV. INICIAL	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	AÑOS	TOTAL DEPRECIACIÓN
Terrenos	\$ 19,250			
Edificios y construcciones	\$ 48,750	5%	20	\$ 2,316
Maquinaria y equipo	\$ 27,640	10%	10	\$ 2,488
Equipo de computo	\$ 4,800	33.33%	3	\$ 1,067
Equipo de oficina	\$ 2,168	10%	10	\$ 195
Muebles y Enceres	\$ 3,324	10%	10	\$ 299
TOTAL Depreciación	\$ 105,932			\$ 6,364

Elaborador Por: Héctor Rocha

ANEXO N° 5

CALCULO DEL VALOR REMANENTE				
A) Inversión Fija	AÑOS	VALOR INV. INICIAL	TOTAL DEPRECIACIÓN	VALOR REMANENTE
Terrenos		\$ 19,250		
Edificios y construcciones	5	\$ 48,750	\$ 2,316	\$ 37,172
Maquinaria y equipo	5	\$ 27,640	\$ 2,488	\$ 15,202
Equipo de computo	3	\$ 4,800	\$ 1,067	\$ 1,600
Equipo de oficina	5	\$ 2,168	\$ 195	\$ 1,192
Muebles y Enceres	5	\$ 3,324	\$ 299	\$ 1,828
				\$ 56,994

Elaborador Por: Héctor Rocha

ANEXO N° 6

CALCULO DE LA AMORTIZACIÓN				
b) Inversión Diferida	VALOR INV. INICIAL	PORCENTAJE DE AMORTIZACIÓN	AÑOS	TOTAL AMORTIZACIÓN
Gasto de constitución	\$ 3,200	20%		\$ 640
Gasto instalación.	\$ 2,000	20%		\$ 400
Gasto pre-operación	\$ 17,745	20%		\$ 3,549
Imprevistos 5%	\$ 5,297	20%		\$ 1,059
	\$ 28,242		TOTAL	\$ 5,648

Elaborador Por: Héctor Rocha

ANEXO N° 7

TASA MÍNIMA DE RETORNO 2

Tasa de interés Activa	12.35%
Tasa de interés Pasiva	3.40%
Porcentaje de riesgo	10.00%
r1	14.12%
r2	17.88%

Elaborador Por: Héctor Rocha

ANEXO N° 8

CÁLCULO DEL VAN 2

Años	Flujo de efectivo 1°	Calculo Factor Actualización	Factor de Actualización	Flujo de efectivo actualizado
0	(\$ 330,376)	$1/(1+0.1788)^0$	1.00	(\$ 330,376)
1	\$ 256,133	$1/(1+0.1788)^1$	0.85	\$ 217,292
2	\$ 319,292	$1/(1+0.1788)^2$	0.72	\$ 229,797
3	\$ 390,850	$1/(1+0.1788)^3$	0.61	\$ 238,641
4	\$ 472,408	$1/(1+0.1788)^4$	0.52	\$ 244,698
5	\$ 622,242	$1/(1+0.1788)^5$	0.44	\$ 273,433
VAN 2				873,486

Elaborador Por: Héctor Rocha