

**PROYECTO COMERCIALIZADORA DE FLORES
EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR**

**MARIA ANTONIA COLLAZOS MARTINEZ
LUIS ALBERTO MINDIOLA FRAGOZO**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GESTION COMERCIAL Y DE NEGOCIOS
VI SEMESTRE
VALLEDUPAR
2003**

**PROYECTO COMERCIALIZADORA DE FLORES
EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR**

**MARIA ANTONIA COLLAZOS MARTINEZ
LUIS ALBERTO MINDIOLA FRAGOZO**

**Tutora: OVIERIS MORENO PEÑALOSA
Ing. Industrial
Esp. Diseño y Evaluación de Proyecto**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GESTION COMERCIAL Y DE NEGOCIOS
VI SEMESTRE
VALLEDUPAR
2003**

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Valledupar, 15 de Enero del 2004.

Bendito seas..

Dios todo poderoso por permitirme realizar éste uno de mis sueños. dedico esté proyecto a mis padres por sus esfuerzos, a mi hija Jennifer, a mi hermana Clara Inés Collazos, que con su mayor esfuerzo y esmero me ayudó seguir adelante.

MARIA ANTONIA.

Le doy gracias a Dios, al concederme esta satisfacción grande. Dedico este triunfo a mis padres, mis hermanos, mis hijos y a todas aquellas personas que me ayudaron con su apoyo incondicional.

LUIS ALBERTO

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todas las personas y entidades, por su valiosa colaboración en el desarrollo del presente estudio, facilitándonos las herramientas necesarias para el desarrollo del Proyecto Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar.

Gobernación del Departamento del Cesar

Juan Camilo Novoa

Eugenio Murgas Saurith

Pedro Nicanor Torres

Ovieris Moreno Peñalosa

Asocolflores

Floristaría Florirosa



CONTENIDO

		Página
	INTRODUCCIÓN	24
1.	RESUMEN	25
2.	JUSTIFICACIÓN Y TERMINOS DE REFERENCIAS	27
3.	ACCIONES PRELIMINARES EN LA FORMULACION DE UN PROYECTO	31
3.1	RECONOCIMIENTO DEL ENTORNO	31
3.1.1	Medio social y cultural	32
3.1.2	Medio económico	36
3.1.2.1	Actividad agrícola	37
3.1.2.2	Actividad pecuaria	38
3.1.2.3	Actividad minera	38
3.1.2.4	Actividad comercial y de servicios	39
3.1.2.5	Actividad financiera	40
3.1.3	Medio tecnológico	40
3.1.4	Medio político legal	41
3.1.5	Medio ecológico	42
3.1.6	Análisis global del entorno de Valledupar	43

4.	DEFINICIÓN DE LA IDEA DEL PROYECTO	44
4.1	CONSIDERACIÓN DE TIPO PERSONAL	45
4.2	CONSIDERACIONES RELACIONADA CON LAS CONDICIONES DEL ENTORNO	46
4.3	ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA A LA CUAL DEBE ATENDER UNA EMPRESA REAL	48
4.4	SELECCIÓN DE LA IDEA	49
5.	ESTUDIO PRELIMINAR	50
5.1	ANTECEDENTES	50
5.1.1	Objetivos	50
5.1.1.1	Objetivos generales	50
5.1.1.2	Objetivos específicos	50
5.1.2	Aspectos metodológicos	51
5.1.2.1	El problema	51
5.1.2.2	Referencia conceptual	52
5.1.2.3	Tipo de Investigación	55
5.1.2.4	Fuentes de información	55
5.1.2.5	Variables	56
5.1.2.6	Análisis de la información	56
5.1.2.7	Alcance del proyecto	56
6	ESTUDIO DE MERCADO	59
6.1	LAS FLORES	59
6.1.1	Identificación y características de las Flores	59
6.1.2	Usos de las Flores	63
6.1.3	Otros elementos del producto	63

6.1.4	Producto Sustitutivos y/o complementarios	64
6.2	EL USUARIO O CONSUMIDOR	64
6.3	DELIMITACIONES Y DESCRIPCION DEL MERCADO	65
6.3.1	Delimitaciones del área geográfica	65
6.3.2	Descripción de condiciones de infraestructura	65
6.3.3	Descripción de característica de la población	66
6.4	COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO	67
6.4.1	Evolución histórica de la demanda	67
6.4.2	Análisis de la demanda actual	67
6.4.3	Pronostico de la situación esperada para el futuro	68
6.5	COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA DEL PRODUCTO	70
6.5.1	Evolución histórica de la oferta	70
6.5.2	Análisis de la oferta actual	71
6.5.3	Análisis de la oferta futura	72
6.5.4	Análisis y proyección de la oferta	72
6.6	ANÁLISIS DE PRECIOS	74
6.6.1	Evolución histórica de los precios	74
6.6.2	Proyección de los precios	75
6.7	COMERCIALIZACION DE LAS FLORES	75
6.7.1	La distribución de las Flores	76
6.7.2	Publicidad de las Flores	76
7.	CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	77
8.	ESTUDIO TÉCNICO	79

8.1	TAMAÑO	79
8.2	LOCALIZACIÓN	81
8.2.1	Macrolocalización	81
8.2.2	Microlocalización	81
8.3	EL PROCESO DE COMERCIALIZACION	82
8.4	DIAGRAMA DE COMERCIALIZACION	82
8.5	SELECCON Y ESPECIFICACIÓN DE EQUIPOS	84
8.6	IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE MANO DE OBRA	85
9.	OBRAS FÍSICA Y DISTRIBUCIÓN EN PLANTA	86
9.1	OBRAS FÍSICAS	86
9.2	DISTRIBUCIÓN EN PLANTA	86
10.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	87
10.1	CONSIDERACIONES DE CARÁCTER GENERAL	87
10.2	CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA	87
10.3	RAZON SOCIAL	87
10.4	NUMEROS DE APORTANTES	88
10.5	EL MONTO, LA FORMA DE APORTES	88
10.6	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	88
10.7	MANUALES O INSTRUCTIVOS DE OPERACIÓN	89
10.7.1	Manual de funciones	89
10.7.1.1	Junta de socios	89
10.7.1.2	Gerente	89
10.7.1.3	Secretaria	89

10.7.1.4	Auxiliar	89
10.7.1.5	Asesor Contable	90
10.7.1.6	Servicios Generales / Mensajero	92
10.8	REGLAMENTOS	92
10.8.1	Reglamento interno de trabajo	92
10.8.2	Reglamento de seguridad industrial	102
11.	CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO TÉCNICO	103
12	ESTUDIO FINANCIERO	105
12.1	INVERSIONES	105
12.1.1	Inversiones en terreno y en obras físicas	105
12.1.2	Inversión de maquinaria y equipo	106
12.1.3	Inversión en muebles	107
1.2.1.4	Inversiones en Flores	108
12.1.5	Inversión en activos intangibles	109
12.1.6	Total inversión	109
12.2	CALCULO DE COSTOS OPERACIONALES	110
12.2.1	Costo de mano de obra (Primer año de operación)	110
12.2.2	Gastos por depreciación	111
12.2.3	Remuneración al personal administrativo y de ventas (Primer año de operación)	112
12.2.4	Costos de los materiales (Primer año de operación)	113
12.2.5	Costo de servicios (Primer año de Operación)	114
12.2.6	Gastos de ventas (Primer año de Operación)	115
12.2.7	Amortización gastos diferidos	116

12.2.8	Distribución de Costos (Miles de pesos) Término Corriente	116
12.3	CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	117
12.3.1	Determinación del punto de equilibrio	120
12.4	PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO (Términos Corrientes)	121
12.4.1	Inversión en capital de trabajo (Términos Corrientes)	122
12.4.2	Calculo del capital de trabajo y operaciones anexas	123
12.4.3	Programa de inversión (Términos Corrientes)	124
12.4.4	Valor residual de activos al finalizar el periodo de evaluación (Términos Corrientes)	124
12.4.5	Flujo de inversiones sin financiamiento a través de créditos	125
12.5	PRESUPUESTO DE INGRESOS PROGRAMA DE INGRESOS (Términos Corrientes).	126
12.6	PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES (Términos Corrientes).	127
12.7	FLUJOS DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO	129
12.7.1	Flujo Neto de Operación – Sin Financiamiento (Términos Corrientes).	129
12.7.2	Flujo Financiero Neto del Proyecto (Términos Corriente).	130
12.7.2.1	Representación Gráfica del Flujo Financiero Neto del Proyecto	130
12.8	BALANCE GENERAL INICIAL Y ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	131
12.8.1	BALANCE GENERAL INICIAL	131
12.8.2	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	132
12.9	FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO.	133
12.10	FUENTES Y CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO	135
12.10.1	Programa de amortización del Crédito (Términos Corrientes).	136
12.10.2	Programa de inversión del proyecto con financiamiento (Términos Constantes).	137

12.10.3	Flujo neto de inversiones, para el proyecto con financiamiento (Términos Corrientes)	138
12.10.4	Flujo neto de operación con financiamiento (Términos Corrientes)	139
12.10.5	Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (Términos Corrientes).	140
12.10.5.1	Representación gráfica Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (Términos Corrientes).	141
12.11	FLUJOS FINANCIEROS PARA EL INVERSIONISTA	142
12.11.1	Flujo neto de inversiones para el inversionista (Términos Corrientes)	142
12.11.2	Flujo de fondos para el inversionista con financiamiento (Términos Corrientes).	143
12.11.2.1	Representación gráfica Flujo de fondos para el inversionista (Términos Corrientes).	143
12.12	BALANCE GENERAL INICIAL Y ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	144
12.12.1	BALANCE GENERAL INICIAL	144
12.12.2	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	145
13.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO	146
14.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	147
14.1	EVALUACION FINANCIERA.	147
14.1.1	Calculo del Valor Presente Neto (V.P.N) Sin Financiamiento.	147
14.1.2	Calculo del valor presente neto para el inversionista sin financiamiento.	148
14.1.3	Calculo del V.P.N. para la Situación con Financiamiento	148

14.1.3.1	Cálculo de la tasa mínima de rendimiento para el proyecto con financiamiento.	148
14.1.4	V.P.N Para el flujo financiero neto del inversionista.	150
14.1.4.1	Representación Gráfica del V.P.N. para el inversionista con Financiamiento.	151
14.1.4.2	Flujo Financiero Neto del Proyecto sin Financiamiento (Términos Corriente).	153
14.1.5	Calculo de la TIR sin Financiamiento	154
14.1.6	TIR del Proyecto sin Financiamiento	154
14.1.7	Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (Términos Corrientes).	156
14.1.8	TIR DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	156
14.1.9	Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento para el inversionista (Términos Corrientes).	158
14.1.10	TIR PARA EL INVERSIONISTA	159
14.1.11	Análisis de Sensibilidad	160
14.1.11.1	Programa de Ingresos ante disminución del 2.5% en Precio de Ventas de Flores.	161
14.1.11.2	Programa de ingresos ante disminución del 2.5% en precio de venta en cajas de Flores.	162
14.1.11.3	Flujo financiero neto del proyecto – sin financiamiento – con disminución del 2.5% en precio de venta en cajas de Flores.	163
14.1.11.4	Representación gráfica del nuevo flujo de fondos.	164
14.1.12	Nuevos Valores Presente Neto V.P.N.	165
14.1.13	TIR	165
14.1.13.1	Interpolación	166
14.1.13.2	Análisis de sensibilidad de la TIR ante cambios en el precio de venta de las cajas de flores.	167

14.1.14	Análisis de modificación para el proyecto con Financiamiento ante cambio en el precio de venta.	168
14.1.14.1	Flujo neto de operación con Financiamiento con disminución del 2.5% en precio de venta de cajas de Flores (Términos Corrientes)	168
14.1.14.2	Flujo financiero neto del proyecto con Financiamiento con disminución del 2.5% en precio de venta de cajas de Flores (Términos Corrientes)	171
14.1.14.2.1	Representación gráfica del Nuevo Flujo de Fondos con Financiamiento.	172
15.	INCIDENCIA DEL PROYECTO EN SU ENTORNO	173
16.	CONCLUSIONES DE LA EVALUACION DEL PROYECTO	174
17.	PLAN DE IMPLEMENTACION	175
17.1	TRAMITES LEGALES Y ADMINISTRATIVOS	175
17.2	EJECUCIÓN DEL PROYECTO	175
17.3	CONSECUCION DEL FINANCIAMIENTO	176
17.4	PROGRAMA DE IMPLEMENTACION DE LA "COMERCIALIZADORA DE FLORES EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR"	117
18.	CONCLUSIONES GENERALES	178
	BIBLIOGRAFÍA	179
	ANEXOS	180

LISTA DE CUADROS

		Página
Cuadro No.1	Empresas representativas del cesar	42
Cuadro No.2	Evolución histórica de la demanda	68
Cuadro No.3	Comportamiento y pronostico de la demanda	70
Cuadro No.4	Demanda futura	70
Cuadro No.5	Evolución histórica de la oferta	72
Cuadro No.6	Oferta futura	74
Cuadro No.7	Evolución histórica de los precios	75
Cuadro No.8	Proyección de los precios	76
Cuadro No.9	Calendario	96
Cuadro No.10	Inversión en terrenos y en obras físicas.	105
Cuadro No.11	Inversión de maquinaria y equipos.	106
Cuadro No.12	Inversiones en muebles.	107
Cuadro No.13	Inversiones en flores.	108
Cuadro No.14	Inversiones en activos intangibles.	109
Cuadro No.15	Total inversiones.	109
Cuadro No.16	Costo de mano de obra (primer año de operación).	110

Cuadro No.17	Gastos por depreciación.	111
Cuadro No.18	Remuneración al personal administrativo y de ventas (primer año de operación)	112
Cuadro No.19	Costos de los materiales (primer año de operación)	113
Cuadro No.20	Costo de servicios (primer año de operación)	114
Cuadro No.21	Gastos de ventas (primer año de operación)	115
Cuadro No.22	Amortización gastos diferidos	115
Cuadro No.23	Distribución de costos (miles de pesos) – términos corrientes.	116
Cuadro No.24	Programa de inversión fija del proyecto (términos corrientes)	121
Cuadro No.25	Inversión en capital de trabajo (términos corrientes)	122
Cuadro No.26	Calculo del capital de trabajo y operaciones anexas	123
Cuadro No.27	Programa de inversión (términos corrientes)	124
Cuadro No.28	Valor residual de activos al finalizar el periodo de evaluación (términos corrientes)	124
Cuadro No.29	Flujo de inversiones sin financiamiento a través de créditos	125
Cuadro No.30	Presupuesto de ingresos programa de ingresos (términos corrientes).	126
Cuadro No.31	Presupuesto de costos operacionales (términos corrientes).	127

Cuadro No.32	Flujo neto de operación – sin financiamiento (términos corrientes).	129
Cuadro No.33	Flujo financiero neto del proyecto (términos corriente).	130
Cuadro No.34	Flujo financiero neto del proyecto.	133
Cuadro No.35	Programa de amortización del crédito (términos corrientes).	136
Cuadro No.36	Programa de inversión del proyecto con financiamiento (términos constantes).	137
Cuadro No.37	Flujo neto de inversiones, para el proyecto con financiamiento (términos corrientes).	138
Cuadro No.38	Flujo neto de operación con financiamiento (términos corrientes)	139
Cuadro No.39	Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (términos corrientes).	140
Cuadro No.40	Flujo neto de inversiones para el inversionista (términos corrientes).	142
Cuadro No.41	Flujo de fondos para el inversionista con financiamiento (términos corrientes).	143
Cuadro No.42	Cálculo de la tasa mínima de rendimiento para el proyecto con financiamiento.	148
Cuadro No.43	Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento (términos corriente).	153
Cuadro No.44	TIR del proyecto sin financiamiento	154

Cuadro No.45	Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (términos corrientes).	156
Cuadro No.46	TIR del proyecto con financiamiento	157
Cuadro No.47	Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento para el inversionista (términos corrientes).	158
Cuadro No.48	TIR para el inversionista	159
Cuadro No.49	Análisis de sensibilidad	160
Cuadro No.50	Programa de ingresos ante disminución del 2.5% en precio de ventas de flores.	161
Cuadro No.51	Programa de ingresos ante disminución del 2.5% en precio de venta en cajas de flores.	162
Cuadro No.52	Flujo financiero neto del proyecto – sin financiamiento – con disminución del 2.5% en precio de venta en cajas de flores.	163
Cuadro No.53	Interpolación	166
Cuadro No.54	Programa de implementación de la "comercializadora de flores en la ciudad de Valledupar"	170
Cuadro No.55	Flujo financiero neto del proyecto con Financiamiento con disminución del 2.5% en precio de venta de cajas de Flores (Términos Corrientes)	171
Cuadro No. 56	Programa de implementación de la "Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar"	177

LISTA DE FIGURAS

		Página
Figura No.1	Comportamiento de la demanda del producto.	70
Figura No.2	Comportamiento de la oferta del producto.	73
Figura No.3	Precio histórico	74
Figura No.4	Flujograma de comercialización de Flores	81
Figura No.5	Diagrama de proceso de comercialización de las Flores	83
Figura No.6	Estructura Organizacional	88
Figura No.7	Determinación del punto de equilibrio.	118
Figura No.8	Representación gráfica del flujo financiero neto del proyecto.	128
Figura No.9	Representación gráfica flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (términos corrientes).	139
Figura No.10	Representación gráfica flujo de fondos para el inversionista (términos corrientes).	141
Figura No.11	Calculo del valor presente neto (V.P.N) sin financiamiento.	145
Figura No.12	V.P.N para el flujo financiero neto del inversionista.	148
Figura No.13	Representación gráfica del V.P.N. para el inversionista con financiamiento.	150

Figura No.14	Representación gráfica del nuevo flujo de fondos.	162
Figura No.15	Análisis de sensibilidad de la tir ante cambios en el precio de venta	165
Figura No.16	representación gráfica del nuevo flujo de fondos con financiamiento.	169

LISTA DE ANEXOS

		Página
Anexo A.	Distribución en planta	178
Anexo B.	Macrolocalizacion	179
Anexo C.	Microlocalizacion	180
Anexo D.	Análisis de precios	181

INTRODUCCIÓN

El sistema de mercadeo, se reconoce no solo como un mecanismo de adecuación y correspondencia entre la oferta y la demanda, sino como medio para estimular y dinamizar la comercialización y utilización activando nuevas demandas.

Teniendo en cuenta lo anterior se ha realizado el presente estudio se considera importante, ya que a través de éste se puede conocer como esta operando el mercado de las Flores Colombiana a nivel Nacional, Departamental y Municipal. Las Flores tienen una influencia notoria en la economía nacional del país.

Partiendo del conocimiento y el uso efectivo de canales especializados, se desarrollo una infraestructura de atención a los clientes basada en la dedicación y el respeto sobre los cuales gira el objeto comercial.

La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar brinda las mejores condiciones de comercializar Flores de la más alta calidad, logrando así extender en esta actividad, dándole nacimiento al Proyecto. Se quiere que

los clientes encuentren en los productos y servicios, la mejor opción al momento de satisfacer sus necesidades de creación y expresión de emociones.

1. RESUMEN

La Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar es el primer sitio con un modelo integral de servicio para satisfacer las necesidades de clientes individuales y clientes corporativos como las floristerías para su venta detallada, hoteles para su decoración y de muchas empresas que requieren del producto.

El tamaño de inicio del proyecto esta diseñado para vender 3.488 Cajas de Flores con una estrategia de crecimiento escalonado, al ir incrementando anualmente en un 10% las ventas de cajas de flores paralelamente el tamaño de la Comercializadora.

Esté proyecto estará ubicado en el Municipio de Valledupar Departamento del Cesar, en la Costa Caribe Colombiana. Sus principales inversiones están en la adecuación del local donde funcionará la Comercializadora, compra de cuarto frío, computador, aire acondicionado, maquina registradora, muebles, compra de flores para una inversión total de \$60.345.009, donde \$50.345.009 hace parte de los recursos propios de los socios y \$10.000.000 son financiados a través de un crédito otorgado por el Banco Ganadero.

Los resultados arrojados por la evaluación financiera fue altamente satisfactorio donde se resalta una tasa de oportunidad para el inversionista del 24% los siguiente resultados ilustran el comportamiento encontrado.

Situación Sin Financiamiento

V.P.N. para el proyecto \$67.216.416

V.P.N. para el inversionista \$67.216.416

Situación Con Financiamiento

V.P.N. para el proyecto \$106.180.183

V.P.N. para el inversionista \$15.575.939

Entre los aspectos más relevantes de la incidencia del proyecto en la ciudad de Valledupar, está el que disfrutarán los clientes en el momento de utilizar los servicios: buena calidad, economía, puntualidad satisfacción para que el cliente continúen utilizando los servicios de la Comercializadora.

Finalmente se concluye que el Proyecto es factible desde los puntos de vistas de mercado, técnico, financiero y social.

2. JUSTIFICACIÓN Y TERMINOS DE REFERENCIA

Bienvenidos!!

Pueden estar convencidos que la justificación y la referencia de este proyecto están cargados de altos valores éticos y morales, se ha desarrollado esta investigación con mucha seriedad, responsabilidad, convencidos que a medida que se avanza en el mismo, se plantean soluciones a las necesidades insatisfechas en la ciudad.

Valledupar, ciudad y capital del Departamento Colombiano de Cesar, situada en la orilla occidental del río Guatapurí, en las estribaciones de la sierra Nevada de Santa Marta, con una población de 362.816 habitantes, basando su economía en la agricultura, ganadería, pecuaría, minera, Comercial y de Servicios, actividad financiera medio Tecnológico, político y ecológico.

A medida que las ciudades crecen, se va generando una serie de eventos y exigencias de los habitantes, con el ánimo de introducir costumbres que en otros tiempos fueron tradicionales y que ahora toma una singular relevancia, cuál es la decoración con flores naturales y el mejoramiento de los ambientes internos y externos, en los climas frescos y templados, utilizando flores.

El proyecto busca penetrar en el mercado local y regional, propiciando un abastecimiento que facilite economías de escala para floristerías y centros de decoración, así como brindar un valor agregado en términos de la entrega oportuna y una alta velocidad de respuesta a la demanda de flores. Además se indagaran mercados potenciales externos y sus condiciones de acceso, para valorar opciones y penetrar en ellos; ¹Colombia es el segundo productor mundial de Flores, con una participación del 14% en el comercio global. Siembra 5.900 hectáreas concentradas en la Sabana de Bogota y en Río negro Antioquia. Exporta el 98% de producción. El mercado interno se ha sofisticado al ritmo de nuevas mejores variedades, pero sigue siendo pequeño.

Los destacados decoradores del presente siglo, sostienen que el mejor espacio ambientado debe estar acompañado de flores naturales, se proyecta establecer un contacto directo con el cliente individual y establecer enlaces de cooperación con los clientes corporativos, que aseguren compras por volúmenes.

Después de haber analizado la situación actual del mercado, inicialmente en la ciudad de Valledupar, ya que no posee una Comercializadora de Flores, dado que en esta región, a pesar de existir diversidad de climas y suelos

aptos, no se ha encaminado a esta actividad. En el estudio se analizó las condiciones de oferta y demanda, lo que permite poder brindar un mejor servicio, efectividad, seguridad y cumplimiento a los clientes.

La Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar, nace para ofrecer al mercado variedades de Flores en diferentes tamaños, cantidad y calidad. Apoyados en procesos de servicios oportunos y eficientes, atendiendo a los clientes con dedicación, construyendo con ellos relaciones equitativas y de largo plazo lo que permite alcanzar los más altos niveles de rentabilidad esperados.

La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar, cuenta con un equipo de trabajo altamente capacitado con gran aptitud de servicios y sentido de responsabilidad y la ética, que busca la innovación constante en su trabajo y en la forma de entregar los productos y servicios de la Comercializadora.

Los productos determinarán la manera de actuar con cada cliente, proveedor, beneficiario o miembro de la comunidad con quien se tiene contacto. Los productos y servicios serán de la mejor calidad y se comercializará con los más altos estándares y rigurosidad posibles para asegurar una entrega rápida y eficaz, la investigación y la experimentación serán permanentes en el negocio.

Esté proyecto es la base o punto de partida para el inicio de una Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar, servirá como desarrollo personal, profesional, social, político y económico.

Se ofrecerá con orgullo y confianza amplia variedad de Flores (colores, texturas, aromas) cada una de ellas con una historia que contar, lo que permitirá a los clientes expresarse con inolvidable emotividad.

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACION DE FLORES EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR-CESAR, COLOMBIA.

3. ACCIONES PRELIMINARES EN LA FORMULACIÓN DE UN PROYECTO

3.1 RECONOCIMIENTO DEL ENTORNO.

La población del Departamento del Cesar, representa el 2.4% de la población del país y el 10.7% de la Región Caribe, revela una tendencia al crecimiento que ha determinado que en los últimos treinta años se haya triplicado² (incluidos los pueblos indígenas)³, y se caracteriza por un alto grado de urbanización. En efecto, en el Departamento del Cesar, apenas siete de sus municipios que se concentran en el 16.9% del total poblacional, la ubica en la zona rural, cuatro de ellos, pertenecientes a la subregión del sur. Otros ocho Municipios presentan el fenómeno inverso, más del 60% de su población reside en la cabecera municipal, cinco de los cuales se localizan en las

2. Censo 1.973: Urbana 184.759, Rural 155.898, Total 340.657; Censo 1.985: Urbana 343.178, Rural 241.453 Total 584.631; Censo 1.993: Urbana 499.969, Rural 327.223, Total 827.219; Proyección 2.003: Urbana 643.096, Rural 372.793 Total 1.015.889.

3. Arhuacos, Koggis, Wíwa o Arzarios, Kankuamos, Yukpas, asentados respectivamente la Sierra Nevada de Santa Marta y en la Serranía del Perijá

subregiones norte y occidental. Este último grupo concentra buena parte de los recursos económicos, de las actividades, servicios e infraestructura y aglutina el 59% de la población departamental. El Departamento del Cesar cuenta con veinti cinco municipios: Valledupar, Aguachica, Astrea, Becerril, Bosconia, Codazzi, Curumaní, Chimichagua, Chiriguana, El Copey, El Paso, Gamarra, La Gloria, La Jagua de Ibirico, La paz, Manaure, Pailitas, Pelaya, Pueblo Bello, Río de Oro, San Alberto, San Diego, San Martín Tamalameque y González.

3.1.1 Medio Social y Cultural. **VALLEDUPAR**, es el nombre de la ciudad capital del Departamento del Cesar situada en las estribaciones surorientales de la Sierra Nevada de Santa Marta y enclavada estratégicamente en la cabecera del rico e inmenso valle que lleva su nombre, tradicionalmente reconocido como uno de los más promisorios de el país.

La Fundación de la ciudad le corresponde al Capitán Español Hernando de Santana, el 6 de enero 1550, quien en advocación a la fecha religiosa que se celebraba en ese día y en reconocimiento al Cacique Upar, jefe de la tribu, que poblaba la región le dio el nombre de los Santos Reyes del Valle de Upar. Para el asentamiento de la fundación el Capitán español escogió la parte septentrional del fértil Valle de Upar, bañada por el río Guatapurí, que en el dialecto chimila significa “agua fría” quedando instalada en la margen izquierda. Como lo manifestamos anteriormente lo que hoy se conoce como

la ciudad de Valledupar fue erigida parroquia en 1560, llegó a ser Capital de provincia de Valledupar de conformidad con la Ley 15. de abril de 1850; elevada a capital del departamento del Valle de Upar del Estado Federal del Magdalena, (de acuerdo con la Ley 29. de Diciembre de 1864).

La Semana Santa de Valledupar, es el centro de convergencia de la fé y la devoción religiosa de la provincia. La Semana Santa de esta ciudad conserva intactas las tradiciones. En Valencia de Jesús a solo 20 Km de Valledupar, también se celebra la Semana de Pasión siendo muy famosas sus procesiones en especial la del jueves santo, con sus nazarenos. En la capital es principalmente significativa la procesión del Santo Ecce Homo, cuya imagen, llena de leyendas es venerada por todos los devotos de la región, viajando a otras provincias de Colombia la creencia de sus milagros. De hay que los promeseros del Santo Patrón de los Vallenatos lleguen de todos los rincones del país a cumplir su manda con devoción.

El Festival de la Leyenda Vallenata, es el evento más importante en la Costa junto con el Carnaval de Barranquilla, y el Reinado de Belleza de Cartagena. Se inauguró 1968 y su propósito inicial fue el de difundir la música vallenata desde su propia cuna, a todos los rincones del mundo con el apoyo de

distinguidas personalidades de la nación y el respaldo unánime del pueblo vallenato, ese objetivo se ha cumplido hasta el punto de rebasar todas las expectativas. El Festival en sus primeros veinti nueve años ha servido no solo para proyectar los aires por todo el mundo si no que ha sido la plataforma para los artistas. Y por supuesto, ha servido para mantener viva la esencia del folclor Vallenato, tan deformada en los últimos años por su inevitable comercialización. Hoy, los Colombianos escuchan tres tipo de canto Vallenato: El comercial, grabado en fonogramas que surgen de las ondas radiofónicas de cualquier estación emisora; el interpretado en caseta donde el show y el protagonismo son exclusivos del vallenato original, el de los patios sombríos y noche de parranda, interpretado por conjuntos musicales de acordeones y guitarra, cuya versión musical de caja guacharaca y acordeón se escucha en la tarima Francisco el Hombre de la ciudad de Valledupar una vez al año, a finales del mes de abril, durante la celebración del Festival Vallenato.

La Leyenda Vallenata, la celebración anual de estos actos tiene un profundo sentido religioso y profano, es seguida con gran devoción por el pueblo vallenato que no deja morir una leyenda porque está ligada estrechamente al origen de su ser histórico. La Virgen del Rosario protagonista de la leyenda representa la devoción de un pueblo que anualmente sale a las calles a ofrecerles sus promesas y en señal de agradecimiento por los favores

recibidos “La guaricha” como cariñosamente se llama es la protectora espiritual de la comarca.

Feria Ganadera, la feria ganadera se celebra anualmente, en este mercado abierto los ganaderos de la región exponen lo mejor de su ganadería bovina y equina, así como una amplia selección de productos agrícolas. El intercambio con ganaderías de otras regiones colombiana le han dado al evento un gran colorido. La artesanía también llega al recinto ferial, al igual que diferentes agrupaciones musicales que hacen las delicias de quienes visitan el epicentro de la actividad comercial.

En el Departamento del Cesar hay instituciones de carácter público⁴ y privada⁵ las cuales concentran sus operaciones básicas en Valledupar a través de sedes y subsedes; en tanto otras que desarrollan programas de educación abierta y a distancia; brindando en conjunto oportunidades a un mayor número de jóvenes de mejorar su nivel académico e involucrarse en desarrollo del Departamento. El nivel de educación Universitaria, relativamente nuevo en el Departamento, liga su accionar en la formación de los educadores en servicio, con cronograma de licenciaturas y Postgrado (especialización), alcanzando cubrimiento para unos diez mil educadores en

4. Universidad Popular del Cesar, Universidad el Magdalena, Universidad del Atlántico, Universidad Nacional Abierta Y A Distancia – Unad.

5. Las Universidades de Santander, Antonio Nariño, Santo Tomás, San Buenaventura, Universidad de Pamplona, La Corporación Educativa del Caribe-CECAR, Francisco de Paula Santander y San Martín

servicio en los sectores público y privado, hasta el momento sin arreglo a las normas del Instituto Colombiano para el Fomento para la Educación Superior ICFES.

La composición geográfica del Departamento permite mostrar un sistema pluricultural de múltiples diversidades étnicas, donde éstas dialogan, se entrecruzan, interactúan y básicamente coexisten; situación que de hecho lo convierte en un escenario privilegiado en lenguas maternas, costumbres, tradiciones y folklore, de allí el notable talento artístico propio, sin embargo, el afectado desarrollo institucional para la promoción y fortalecimiento de las diversas manifestaciones y actividades afines, trae en consecuencia una baja participación y ocasionales manifestaciones de las comunidades, negación de nuevos espacios culturales e inadecuados mantenimiento de los centros existentes.

Orgánicamente las actividades culturales se soportan en un conjunto institucional desarticulado, de carácter público y privado, con experiencia en trabajo cultural pero que operan en un esquema indefinido de políticas, no obstante la conformación del Consejo Departamental de cultura, presentando debilidades en cuanto a los procesos de planificación y limitaciones presupuestales para desarrollar sus funciones, particularmente, en la formación artística (música, teatro, danzas, pintura y artes menores), intercambio cultural, y calificación cultural.

3.1.2 Medio Económico. Los componentes de la riqueza Departamental⁶ nos informan, además de la forma como aportan en su agregado social, de la importancia estratégica correspondiente para aplicar la acción de gobierno, sus métodos de producción y explotación, y las características generales de la actividad específica.

Desde la perspectiva de lo global, la dinámica económica de este contexto geográfico esta referenciada, en primer orden, a la actividad agropecuaria, y más recientemente a la explotación del carbón. Su base esencial productiva esta sustentada en actividades agrícolas y en la ganadería extensiva; y la forma de producción y explotación se caracteriza por una baja remuneración social, y se desempeñan como escasas aplicaciones técnicas y tecnología, un bajo contenido administrativo; mano de obra, aun cuando abundante, inadecuada para responder a los estándares de productividad que exige la competitividad en los circuitos económicos internacionales.

3.1.2.1 Actividad Agrícola. El ecosistema sostenible y la biodiversidad de microclimas en el Cesar, permite que se cultive una gran variedad de productos, de los cuales se encuentran identificados treinta y tres (33) cultivos en su área rural, clasificados en transitorios, permanentes y anuales.

⁶. Los componentes están referidos a las sumas de las actividades que participan en el agregado y la dinámica económica; para el Cesar dichas actividades gravitan en torno la explotación del recurso suelo de las perspectivas agropecuaria y minera.

Por su parte los cultivos permanentes han mantenido sus áreas cultivadas, especialmente los cultivos de palma africana y café, otros como el plátano y la yuca al igual que los transitorios, presentan decrecimiento considerable, diezmando sus cosechas por enfermedades como la sigatoca negra, y el barrenador del tallo, respectivamente.

En los últimos dos años, se observa que el total de las áreas sembradas presento un ligero decrecimiento del 2.7% en los cultivos permanentes y anuales, pero la variación adversa no fue obstáculo para que se destacaran cultivos como palma africana con un promedio 46% de participación y el 1.7% de crecimiento en el periodo analizado.

3.1.2.2 Actividad Pecuaria. Es por si sola, la actividad pecuaria el factor más incidental en la economía del Cesar, sin embargo, esta no ha sido ajena a la desaceleración de la economía, a la desestabilización social, a los cambios naturales y estructurales del país y la región, y mucho menos a la violencia simplemente que frente a todos estos factores se ha tornado más resistente. La explotación ganadera se caracteriza por ser extensiva y significativamente tradicional con los consecuentes bajos niveles de productividad⁷.

7. La productividad desde el 3.4 litro/re/año. Frente la media de la Comunidad Europea que se ubica en los 25.8 litro/res/año.

3.1.2.3 Actividad Minera. Aún cuando en el Cesar se encuentra identificada la existencia de valiosos recursos minerales, como tal, la minería circunscribe su accionar a la extracción de carbón y, en menor proporción al petróleo, destinando la casi totalidad de su producción al mercado internacional. Su explotación, se da en forma de empresas de economías de escala (gran minería), y con el discurrir del tiempo su producción ha venido creciendo en forma sostenida por lo que cada vez tienen mayor participación en la composición PIB Cesarense, -13.5% en 1.998-, siendo de momento la actividad económica más dinámica y hace prever incrementos significativos en la riqueza Departamental a causa de la incorporación de nuevas zonas y ampliación de las existentes.

3.1.2.4 Actividad Comercial y de Servicios. Los desarrollos alcanzados en los relativos a los procesos de tecnificación industrial se concentran fundamentalmente en agroindustria, los cuales a su vez están estrechamente ligados a la actividad tradicional de la economía departamental, gestándose en este ámbito las transformaciones más significativas de nuestro aparato productivo, a punto que van desde la participación en las fases básicas de elaboración hasta complejos procesos de agregación y comercialización.

La capacidad instalada es apta para captar la producción respectiva en la mayor parte de las actividades agropecuarias, centrándose sus ejercicios en

lácteos, trilla de café, molienda de arroz, extracción de aceites y alcohol etílico.

Por su parte la actividad industrial circunscribe su accionar a embotelladoras, y producción de manufacturas a través de microempresas (panaderías, confecciones, ebanistería y metalmecánica), con un nivel incipiente de desarrollo, un aporte al PIB del Cesar del orden del 5,0%, que salvo contadas excepciones, hasta ahora han limitado el accionar a la reproducción del esquema básico de supervivencia, aun cuando su estructura productiva es diversificada en el espectro de productos y servicios.

3.1.2.5 Actividad Financiera. En la ciudad de Valledupar operan oficinas de los principales Bancos que existen en el país:

- ✓ Bancafé
- ✓ Banco Agrario
- ✓ Banco Colpatria Red multibanca
- ✓ Banco Megabanco
- ✓ Banco de Bogotá
- ✓ Banco Occidente
- ✓ Banco Ganadero
- ✓ Banco Granahorrar
- ✓ Banco Popular

- ✓ Banco Superior
- ✓ Bancolombia
- ✓ Banco Davivienda
- ✓ Banco Colmena
- ✓ Banco Comercial AV Villas

3.1.3 Medio Tecnológico. El Departamento del Cesar cuenta con empresas industriales con tecnología de las cuales mencionamos:

Cuadro No. 1
Empresas Representativas del Cesar

EMPRESAS REPRESENTATIVAS DEL CESAR	
VALLEDUPAR	Cicolac, Klaren´s, Coolesar, Lácteos La Primavera, Lácteos Casa Blanca
AGUACHICA	Fresca Leche,
CODAZZI	Lácteos Perija, Lácteos La Frontera y Lácteos la Estancuela
SANDIEGO	Lácteos El Ideal
PAILITAS	Cooganasur

Fuente Secretaria de Agricultura URPA consenso agropecuario.

3.1.4 Medio Político Legal. El planteamiento para que el Departamento del Cesar aporte las bases del desarrollo y contribuya eficazmente en la construcción del sueño de paz y de justicia social, en la perspectiva mediano y largo plazo apunta a la ejecución de política generales en el siguiente orden:

- ✓ El logro de la Paz y la seguridad, como factores esenciales para recuperar las condiciones normales de convivencia, legitimar el poder y dinamizar los procesos del desarrollo, con incremento en inversión, fundamentalmente productiva, y mejor aprovechamiento de los recursos.

- ✓ La generación de condiciones favorables para inserción y participación sustentable de los agentes económicos y los actores sociales en el concierto nacional y los procesos de globalización.

- ✓ La aplicación racional y prioritaria de la inversión pública asociada a otras fuentes de recursos, debe servir para mejorar las condiciones generales de vida y la superación de la pobreza de los sectores marginales y vulnerables.

3.1.5 Medio Ecológico. El Departamento del Cesar se comparte en tres ecorregiones estratégicas de gran impacto para el desarrollo desde la

perspectiva económica, social, ambiental e institucional, que favorece por las ventajas comparativas implícitas el desarrollo sostenible; siendo asimismo importante desde el punto de vista cultural y biológico.

- ✓ Sierra Nevada de Santa Marta
- ✓ Serranía del Perijá
- ✓ Complejo Cenagoso de Zapatosa

La potencialidad, de estos ecosistemas compartidos por el Departamento, está basado en su alta biodiversidad y producción hídrica, brindando beneficios a distintas actividades de la economía (agricultura, pesca, industria forestal ganadería, zootecnia y turismo). Estas características se convierten en recursos excepcionales para el desarrollo, dado que representan un importante potencial ambiental, frente a los requerimientos y exigencias del mercado internacional.

3.1.6 Análisis Global del Entorno de Valledupar. Valledupar, nudo regional donde confluyen el norte del Departamento del Cesar y sur del Departamento de La Guajira, es centro de abastecimiento de las localidades, como Bosconia, El Copey, La Jagua del Ibirico, Pueblo Bello, Becerril, Codazzi, La Paz, San Diego, Manaure, Barrancas, Fonseca, San Juan, Villanueva, El Molino, Urumita, y La Jagua del Pilar entre otros.

4. DEFINICIÓN DE LA IDEA DEL PROYECTO

La idea esta enmarcada en la Creación de una Empresa Comercializadora de Flores, desde la ciudad de Valledupar, Cesar – Colombia.

A medida que las ciudades crecen, se va generando una serie de eventos y exigencias de los habitantes, con el ánimo de introducir costumbres que en otros tiempos fueron tradicionales y que ahora toma una singular relevancia. La decoración con flores naturales es el mejoramiento de los ambientes internos y externos.

El proyecto busca penetrar en el mercado local y regional, propiciando un abastecimiento que facilite economías de escala para floristerías y centros de decoración, así como brindar un valor agregado en términos de la entrega oportuna y una alta velocidad de respuesta a la demanda de flores. Además se indagaran mercados potenciales externos y sus condiciones de acceso, para valorar opciones para penetrar en ellos; ⁸si se tienen en cuenta que Colombia es el segundo exportador de flores en el mundo, a través de más de 330 empresas, con una área cultivada de 5.900 hectáreas de más de 50 tipos de flores y genera más de 150.000 empleos directos en 2003.

⁸ www.colombiaflores.com

Los destacados decoradores del presente siglo, sostienen que el mejor espacio ambientado debe estar acompañado de flores naturales.

Después de haber analizado la situación actual del mercado, inicialmente en la ciudad de Valledupar, ya que en la región no hay una Comercializadora de Flores; a pesar de existir una diversidad de clima y suelos aptos. En el estudio se analizaron las condiciones de oferta y demanda, para poder brindar un mejor servicio, efectividad, seguridad y cumplimiento a los clientes.

4.1 CONSIDERACIONES DE TIPO PERSONAL.

Existe una plena identificación y convicción de las actitudes necesarias para encauzar un proyecto no tradicional en la región; como es La Comercializadora de Flores, también requiere nuevos paradigmas que ponga a prueba las características de emprendimiento del administrador de empresas de la UNAD, unida a unas cualidades de la personalidad dentro de las que se destacan: proactivo, paciente, persistente, trabajador en equipo, creativo, eficiente y recursivo.

Otra consideración en este sentido está basada en el interés de poder estudiar la dinámica de los mercados locales, regionales, nacionales; en torno a la demanda de flores, para poder propiciar un encadenamiento hacia

la calificación, organización y capacitación de pequeños cultivadores, buscando un manejo social para territorios no urbanos, que además generen desarrollos e impidan la creciente migración campo-ciudad y mitiguen la consecuente situación de pérdida de ingresos y agudización de la pobreza.

Es entonces desde esta idea de proyecto que se prevé la aplicabilidad de todos los conocimientos adquiridos durante lo transcurrido de la carrera y a su vez, ampliarlos con la novedad y actualidad que ofrece el entorno cambiante.

4.2 CONSIDERACIONES RELACIONADA CON LAS CONDICIONES DEL ENTORNO.

Al analizar el perfil exportador del departamento del Cesar, se encuentra que más del 98% de las exportaciones son de Carbón. Sin embargo se presenta una potencialidad con el desarrollo de una política pública a nivel nacional plasmada en el plan estratégico exportador contenido en el anterior plan de desarrollo “Cambio para Construir la Paz” y retomado en el programa de Gobierno del actual Presidente de la República “Manifiesto democrático”, dando continuidad al Plan Estratégico Exportador, bajo la responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior apoyado también por el antiguo Viceministerio de Industria del Ministerio de Desarrollo hoy fusionado con el

Ministerio de Comercio y denominado Ministerio de Comercio Industrial y Turismo.

El plan exportador tiene entre otros objetivos la duplicación de las exportaciones no tradicionales y un aumento y diversificación de la oferta exportable en función de la demanda mundial. En el ámbito municipal de Valledupar, se encuentra en desarrollo una política para la generación de empleo y la competitividad especialmente buscando generar producción y transformación con inserción de nuevas tecnología, para poder competir en los mercados externos.

En las condiciones del entorno también es de señalar como potencialidad la disponibilidad de servicios públicos, vías de acceso para el transporte de insumo y transporte terrestre para el producto final. En cuanto a la logística específica propia de la dinámica exigida para la comercialización de Flores se cuenta con transporte aéreo para garantizar la optima calidad del producto dado un alto grado de percibilidad hasta el consumidor final y se facilita la negociación con los mercados externos, a través de Internet. La idea del proyecto guarda una significativa pertinencia con las necesidades regionales de generar empleo y aprovechar tierras improductivas así como el de vincular mano de obra calificada en edad de trabajar en localidades que se encuentran con problemas de desocupación.

4.3 ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA A LA CUAL DEBE ATENDER UNA EMPRESA REAL.

Existen diversas razones para incluir el servicio a clientes, estas incluyen como un elemento de la mezcla de mercadotecnia para servicios estas incluyen consumidores más demandantes que quieren mayor niveles de servicios.

En el caso del incumplimiento en la entrega de pedidos de parte de una Distribuidora de Flores de la ciudad de Bogotá a unas floristerías de Valledupar, genera inconformidad y perdidas por parte de clientes y para las floristerías inseguridad e incumplimiento por el servicio.

Para las empresas que presten o vendan un servicio lo más importante es lograr que el cliente se sienta satisfecho, con el producto y el servicio, Un cliente satisfecho nos atrae más clientes.

Se definirá la escala a la que se trabajara el proyecto como comercializadora y la cadena de abastecimiento para buscar la competitividad del negocio. Es este sentido es de resaltar, que se valoraran las fortalezas que surgen de alianzar estratégicas entre productores y comercializadoras para proyectos de iniciativa productividad desde su propia cadena de valor.

Para la garantía en el abastecimiento de los fertilizantes se valoraran los insumos tanto de fertilizante y otros, como los relativos a embalaje y empaque, factor clave del éxito para la conservación del producto y en el cual hay que trabajar con especial énfasis en las empresas de Valledupar, ya que los soportes logísticos son una gran fortaleza para el negocio.

4.4 SELECCIÓN DE LA IDEA.

La idea seleccionada fue la Comercialización de Flores, inicialmente en la ciudad de Valledupar y posteriormente el Departamento de la Guajira, Magdalena y Sucre con el fin de transformarlos en buquets, es decir, otro tipo de producto a consecuencia de una mayor agregación de atributos. Se trata entonces de contrastar en simultanea, las variables asociadas a los productos señalados para entonces priorizar los que sean convenientes para el proyecto.

5. ESTUDIO PRELIMINAR

5.1 ANTECEDENTES.

El interés de generar empleo a partir del rescate de vocaciones muy tradicionales de Valledupar y sus alrededores⁹, se pretende profundizar en el estudio de las variables facilitadoras y limitantes del proyecto, para demostrar hasta donde está la oportunidad de aprovechar alguna ventaja comparativa existente.

5.1.1 Objetivos

5.1.1.1 Objetivos generales: Determinar la factibilidad del montaje de una Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar.

5.1.1.2 Objetivos específicos.

1. Analizar y establecer las necesidades de mercado nacional, para proyectar la Comercialización de Flores desde Valledupar.

⁹ Si se tiene en cuenta que hasta hace dos décadas, las viviendas, se caracterizaban por extensos patios y la dedicación de las personas en tiempos completo al hogar, permitiendo que existiera variedades y hermosos jardines, pero con fines decorativos, no para la comercialización

2. Establecer las condiciones de la oferta de flores, para conocer el perfil competitivo de las Flores y Follajes.
3. Evaluar el portafolio de productos, como medida para conocer señales y expectativas del mercado para decidir los medios para la comercialización.
4. Analizar los aspectos técnicos relacionados al tamaño, la localización del proyecto y la tecnología para la comercialización.
5. Establecer los recursos necesarios para la inversión del proyecto.

5.1.2 Aspectos Metodológicos.

5.1.2.1 El problema. En Colombia¹⁰ la Floricultura ocupó el primer lugar como generadora de divisas, dentro de las exportaciones no tradicionales, en el año 2000, se exportaron flores frescas cortados a los mercados Internacionales por un valor de US\$580,6 millones lo que representa un aumento del 5.5% respecto a los US\$550,5 millones registrado en 1999. En volumen las cifras pasaron de 147.902 toneladas exportadas en 1999 a 169.659 toneladas en el año 2000, lo que significa un crecimiento del 14.7%; durante este año las rosas fue el principal producto de exportación.

¹¹Colombia es el segundo productor mundial de flores, con una participación del 14% en el comercio global. Siembra 5.900 hectáreas concentradas en la

¹⁰ DANE

¹¹ Revista Dinero. Noviembre 14 del 2003 .

Sabana de Bogota y Río Negro, Antioquia. Exporta el 98% de su producción. El mercado interno se ha sofisticado al ritmo de la aparición de nuevas y mejores variedades, pero sigue siendo pequeño. China, Japón, India y Estados Unidos producen grandes cantidades para su consumo. Colombia exportó flores por US\$672.7 millones en 2002, de los cuales US\$568.4 millones se vendieron a Estados Unidos, el país es el primer exportador a ese mercado con una participación del 60%, seguido de Ecuador y Holanda. La producción Colombiana entra sin aranceles a Estados Unidos.

La conquista de los mercados internacionales también se ha cimentado en la práctica vehemente de hombres y decenas de mujeres, que con sus laboriosas manos, enaltecen la participación femenina en el cultivo y comercialización de flores.

Las situaciones descritas es el soporte de formulación del problema en el cual se enmarca este proyecto, siendo necesario aclarar, que se está frente a un problema como situación a investigar y valorar, pero que en esencia, se trata de una oportunidad de mercado ante el creciente auge de las Flores en el exterior sin descuidar el mercado local y regional.

5.1.2.2 Referencia conceptual. En el presente siglo se nota un cambio acelerado en la mayoría de las actividades, costumbres, hábitos de consumo, percepción y exigencia de la calidad, como parte fundamental de los

derechos del consumidor, lo que plantea un mayor reto en la formulación del proyecto. La situación crítica de desempleo en el país, obliga a romper paradigmas y rediseñar nuevas formas de abordar un proyecto, tendiendo más hacia la especialización en los factores claves del éxito y encadenando otras actividades del mismo, en diferentes unidades productivas.

En el marco conceptual de los proyectos para conformar empresas privadas, no se puede evadir señales como el fenómeno de globalización de los mercados, y que corresponde a una realidad de la cual ningún país puede ser ajeno, de tal magnitud que no hay localidad, vereda o zona geográfica universal que puede escapar a este fenómeno. Ante este panorama, está la necesidad de aprovechar las ventajas comparativas como la mano de obra, los recursos naturales (tierra y agua) e introducir innovación y aplicación de nuevas tecnologías, e incorporar la creación de valor agregado, concibiendo un proyecto como el de Comercialización de Flores, como un eslabón de la cadena productiva, en la necesidad de garantizar la competitividad.

En consecuencia, el nuevo pensamiento empresarial debe estar orientado a identificar las ventajas que refuercen con mayor rigor su estrategia comparativa, que permita el acceso a los principios científicos que fundamenta su aplicación, con el ánimo de adoptar innovaciones, encaminado a mejorar la calidad y productividad, bajar los costos y satisfacer mejor al cliente; esto como el gran desafío del proyecto, si se tiene en

cuenta que se estudiarán clientes potenciales en el mercado nacional, ya que hoy cuenta con un consumidor¹² que entre 1997 y el 2000 su ingreso per cápita se ha caído en un 30%, pero a pesar de que cuenta con menores ingresos, quiere más, por menos; es un consumidor más práctico, para el cual la eficiencia es fundamental y aunque es más racional en el gasto, invierte en productos que lo gratifiquen. Por otra parte, también está el consumidor internacional¹³ con diferentes patrones de comportamiento de compra basados en valores y perfiles que cambian en los países.

Algunos segmentos de consideración en E.E.U.U. primer destino de las flores Colombianas, se caracterizan, por ser realizadores, experimentadores, creyentes, creadores, luchadores; en el Reino Unido, primer mercado de exportación de flores Colombiana dentro de la Unión Europea, algunos segmentos de consumidores, se caracterizan por ser guardianes de la innovación. En las Rosas sus exigencias están marcadas por un sentido nacionalista y de estatus, son comerciantes, prácticos y tradicionales; el consumidor del Japón, país que representa oportunidad de mercado interesante para las Flores Colombianas.

12 Según estudio de Napoleón Franco y Cia.

13 El comportamiento del consumidor Internacional, Conferencia de Mincomex en la semana del exportador, Valledupar agosto del 2001.

Todos estos antecedentes conceptuales, conllevan a establecer bases de sostenibilidad para el proyecto, las razones estratégicas para introducir y posicionar las Flores, en los mercados globales.

5.1.2.3 Tipo de investigación. El proyecto esta basado en la investigación de tipo descriptivo, ya que se describirán las características más importantes de varios grupos; consumidores, comercializadores, se estimará el potencial del mercado de los productos a comercializar, entre otros.

Sobre estos resultados se hará la toma de decisiones en el estudio de mercado del proyecto a partir de la investigación de tipo descriptivo, también se aplico la investigación de tipo exploratorio, en todas las fases de análisis de la idea, el problema, es identificar variable y para proporcionar un conocimiento básico del tema del proyecto.

5.1.2.4 Fuentes de información. Se obtiene información de tipo secundaria basada en consulta de estadísticas Nacionales e Internacionales, y revisión bibliografía sobre la temática, así mismo para el conocimiento de las políticas Gubernamentales, Plan de Desarrollo Nacional, Departamental y Municipal.

Otro tipo de referencia secundaria importante es la consulta en Internet, especialmente la página del sistema de inteligencia de mercados del Mincomex www.intlexport.com.co , pagina web de otras entidades nacionales y de diferentes paises del mundo.

También se indagará información primaria consultando a distribuidores de Flores de la ciudad para saber sobre diferentes aspectos del negocio, para lo cual se acudirá a encuesta personal, aplicado a una muestra representativa de Floristerías, establecida de la siguiente manera. En Valledupar existen dieciocho negocios de flores, a partir de esto, se aplicará a la fórmula para el cálculo de la muestra, aplicando una muestra probabilística de tipo aleatorio simple, causando una confiabilidad del 95%, y un margen de error del 5%.

5.1.2.5 Variables. Como variables en estudio se encuentran: el consumidor, oferta, demanda, precio, mercado nacional; como variables independientes los cuales condicionarán el tamaño, localización, tecnología y reservas económicas como variables dependientes del proyecto.

5.1.2.6 Análisis de la información. La información tanto primaria como secundaria que se recopile, será revisada y organizada, aplicando Excel para los aspectos cuantitativos y a partir de estos hacer inferencias y análisis.

El análisis de la información tendrá en cuenta las respuestas que se deben dar a cada variable estudiada y se organizará teniendo en cuenta el orden en las etapas de formulación de un proyecto:

a. Estudio de mercado

- b. Estudio técnico
- c. Estudio financiero
- d. Evaluación del proyecto

5.1.2.7 Alcance del proyecto. Como proyecciones derivadas del presente estudio esta la importancia de contar con los conocimientos de factores asociados a la comercialización de productos no tradicionales en el medio, como son Las Flores, y, lo que garantiza un claro panorama para poder concluir, invertir e incursionar en el negocio.

Como limitaciones sé prevee, la probable dificultad para conseguir información secundaria con la actualidad que se requiera, lo que obligará a tomar en referencia la ultima información disponible.

Se espera administrar con alto grado de austeridad los recursos para el estudio y evitar que se agoten antes de lo previsto para que no se convierta en limitante.

ESTUDIO DE MERCADO

6. ESTUDIO DE MERCADO

6.1 LAS FLORES

6.1.1 Identificación y caracterización de las Flores. Se trata de la Comercialización de una variedad de Flores (Rosas, Claveles Pompones, Astromelia, Girasol, Dalia etc). Son productos que no gozan entre sí de un tamaño estándar pero se pueden considerar como medianos, su peso también varia de acuerdo con el tipo de flor y la forma, algo similar en cuanto a la flor y el tallo pero difiere también de acuerdo al tipo de flor.

Las Flores son productos altamente perecederos que adquieren condiciones especiales en el empaque y en el almacenamiento, ya que requieren de refrigeración; otra característica externa es el aroma, de las flores que las distingue.

Técnicamente la calidad de las flores esta garantizada por la asistencia a los cultivos y la manipulación en el proceso de corte y clasificación.

Las flores satisfacen necesidades del consumidor final, caracterizada por motivos de compra primarios al momento de transcurrir inolvidables emociones, ya que no son fáciles detectar por que proviene de la parte del ser humano que tiene mayor influencia en su conducta. Los productos también satisfacen necesidades del consumidor intermediario en los cuales sus motivos de compra son racionales o secundarios ya que son motivos ser producto de razonamiento lógico y esta muy considerado a las ventajas directas del producto. Se analiza entonces que la utilidad de los productos, cuya realidad intrínseca es Flores esta caracterizada a status, sociedades de bienestar, distinción, variedades, exclusividad, suficientes, esta centrada en la decoración y el reconocimiento.

Fragancia de las Flores. La fragancia de las flores tiene su origen en la formación de pequeñas cantidades de aceites volátiles por alteración de los aceites esenciales contenidos en los pétalos. Los perfumes naturales se elaboran con flores como el jacinto, el heliotropo, la mimosa, el jazmín, la flor de azahar, la rosa y la violeta. Las fragancias atraen a los polinizadores. Algunas flores exhalan olores pútridos, también para atraer a polinizadores, en este caso moscas de la carne u otros insectos próximos a ellas; estas flores huelen como la carne en putrefacción y no está agrupadas dentro de una familia o un orden especiales dentro de las plantas con flor.

Características intangibles, subjetivas o simbólicas, relacionada con:

✦ **Nivel Social o status:** Las Flores llegan a todos los status, pero tienen más mercado, en los niveles cuatro, cinco y seis etc.

✦ **Creencias:** En la parte religiosa y cultural marcan un factor de mucha importancia, ya que el envío de una flor es una manera de manifestar estar presente en una celebración, conmemoración de un acto específico.

✦ **Valores sociales:** Las flores también tienen un valor que a través de ellas se manifiesta sentimiento que puede ser (Amor, agradecimiento, felicitaciones, condolencias).

✦ **Beneficios:** El uso más importante de la flor es en la decoración, también se utiliza para aromatizar el ambiente, la preparación de fragancias y como medicinas en el caso del polen.

La descripción y caracterización de un servicio se efectúa explicando:

✦ **En que consiste el servicio.** La Comercializadora de Flores le ofrecerá al mercado una variedad de flores en grandes y pequeñas cantidades, es decir, pueden adquirir el producto mayoristas y minoristas.

✦ **Fines a los cuales se va a destinar.** La Comercialización de Flores, siendo de mayor acogida las Rosas, considerando la necesidad de poder ganar mercado en el ámbito Internacional especialmente de las Flores, ya que las Flores Colombianas han ocupado un lugar destacado dentro de las preferencias de un exigente consumidor internacional, por su alta calidad, belleza, coloridos, tamaño y variedad, cualidad que le permite a Colombia ocupar el prestigioso lugar de segunda exportadora mundial de flores después de Holanda.

✦ **Las bondades y calidad.** La Comercializadora ofrecerá todos sus productos en buen estado y calidad, lo que le permite a la Comercializadora posesionarse en el mercado global.

✦ **Los beneficios directos que recibe el usuario con su utilización.** Las Flores tendrán un valor agregado el cual disfrutarán los clientes en el momento de utilizar los servicio: Buena calidad, economía, puntualidad, satisfacción para que el cliente continuen con el servicio de la comercializadora.

✦ **Los servicios complementarios al servicio central.** La comercializadora ofrecerá unas series de artículos complementarios a sus clientes, para que ellos puedan decorar los arreglos florales (bases, musgo o arcilla, cajas decoradas, papel celofán).

6.1.2 Usos de las Flores. Las flores que ofrecerá la comercializadora son utilizadas para decoración, aromatizar y manifestaciones. Serán utilizadas individualmente por personas, familias, grupos sociales específicos y empresas. etc.

6.1.3 Otros elementos de las Flores. Para la comercialización de flores también existen unas normas de tipos legales, que a través del programa de autogestión social y ambiental de la Floricultura Colombiana optimiza el uso de los recursos, que pretenden en un largo plazo mejorar la rentabilidad y competitividad de las empresas de sector Floricultor Colombiano dentro de un concepto de desarrollo sostenible.¹⁴

El producto a comercializar ya se encuentra en el mercado, pero en la región del Cesar no existe una comercializadora para distribuir al cliente individual y a los clientes corporativos que aseguren compras de volumen. Teniendo en cuenta que Colombia ocupa un lugar destacado dentro de las preferencias de un exigente consumidor internacional, por su alta calidad, belleza, coloridos, tamaño y variedad, cualidad que le permite a Colombia ocupar el prestigioso lugar de segunda exportadora mundial de flores después de Holanda.

¹⁴ E-mail: info@asocolflores.org www.colombianflower.com

6.1.4 Producto sustitutos y/o complementarios. Para las de Flores no hay sustitutos o complementario para el negocio del proyecto.

6.2 EL USUARIO O CONSUMIDOR.

✦ **¿Quiénes necesitan el producto?** El producto es requerido por Floristerías, personas, familias, empresas y grupos sociales específicos.

✦ **¿Cuales de ellos lo podrían adquirir o comprar?** Todos los usuarios o consumidores por lo que La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar, brindara variedades de Flores.

✦ **¿Cómo y por que lo compran?** De acuerdo con la capacidad económica del usuario lo puede adquirir por unidad, docena o en mayor cantidad. Lo compran para decoración, para expresar manifestaciones de amor, aniversario, cumpleaños condolencias y fechas especiales etc.

Los productos o servicio que ofrece la Comercializadora de Flores no tienen gran incidencia en el sexo, profesión o estado civil. Tienen una alta incidencia en el nivel de ingresos, clases social, religión y ubicación (urbana, rural).

La comercializadora de Flores debe conocer la actividad que desarrolla el usuario o consumidor por ejemplo si ese usuario es el gerente de un club social, es la persona que puede canalizar para que los pedidos de los productos de la Comercializadora de Flores logren vender en los diferentes eventos sociales.

Los intereses que los consumidores tengan, así como sus opiniones, para la Comercialización de Flores marca un factor importante. Los conceptos de los consumidores quienes ayudan a incentivar el consumo de los productos por ejemplo en el alcance de logros o metas, motivaciones, hogar, trabajo, comunidad, aspecto sociales, política, negocios, cultura, valores, costumbres, modas, motivos de compras conocimiento del producto, beneficios del producto, hábitos de compras etc.

6.3 DELIMITACIONES Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

6.3.1 Delimitación del área geográfica. La Comercialización de las Flores tendrá una delimitación geográfica entre los municipios del Cesar, Guajira y la costa Atlántica con red de comunicación, vía de transporte terrestre y áreas optimas para su distribución.

6.3.2 Descripción de condiciones de infraestructura. El municipio de Valledupar se encuentra ubicado entre 10° y 29° latitud norte y 73° 15° longitud al oeste de Greenwich, esta a 168 mts. sobre el nivel del mar, la temperatura media es de 28°C. Y la superficie de subterritorio es de 4993.8 Km.².

Valledupar es la ciudad que posee los mejores servicios públicos como es Agua, (es de tipo natural y propio de la región), Alcantarillado de agua negra y fluviales y Aseo (estos servicios son óptimos) Luz, Comunicación, (cuenta con una red de comunicación en Internet, Celulares, Telefónica efectiva y excelentes servicios en cuanto a teléfonos públicos) Gas etc. entre otros medios de comunicación como es la prensa tenemos Vanguardia, El Pílon, y radiales A.M. Radio Guatapuri, RCN, Caracol, La Voz del Cañahuate y F.M. Cacica Stereo. Olímpica Stereo, Policía Stereo, Rumba Stereo y Maravilla Stereo.

6.3.3 Descripción de características de la población. Los productos a ofrecer en la Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar, lo pueden adquirir toda la población ubicada en el área correspondiente al mercado, ya que tienen facilidad de compra y las flores han tomado un lugar muy importante en los mercados nacionales. De acuerdo con la capacidad económica del usuario lo puede adquirir por unidad, docena o en mayor

cantidad, personas del sexo femenino o masculino, teniendo en cuenta el tipo de emoción o sentimiento (amor, aniversario, cumpleaños condolencias y fechas especiales) que desee manifestar con la presencia de un arreglo floral, también lo adquieren para decoración.

6.4 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DE LAS FLORES.

6.4.1 Evolución histórica de la demanda. Por el comportamiento cultural, religioso, social, y económico de nuestra población, la tendencia al consumo y de Flores ha sido creciente por considerarse fundamentales.

Cuadro 2
Evolución histórica de la demanda.

EVOLUCION HISTORICA DE LA DEMANDA		CRECIMIENTO
AÑO	FLORES (Cajas) / AÑO	
1999	841	
2000	925	84
2001	1018	93
2002	1119	102
2003	1231	112

6.4.2 Análisis de la demanda actual. Para el desarrollo de este proyecto no existen datos estadísticos en la ciudad de Valledupar que permita obtener el crecimiento y el comportamiento de la demanda actual por lo cual se realizó la investigación de campo mediante consulta con las diferentes floristerías y consumidores potenciales.

En la ciudad de Valledupar existen dieciocho Floristerías que comercializan Flores. La demanda agota el producto los días Sábados, Domingo y Festivos, con lo anterior se demuestra que la actual demanda es insatisfecha.

Con este resultado se demuestra que La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar, es viable y factible, ya que se necesitan más productos en el mercado para cubrir las necesidades de los consumidores.

6.4.3 Pronóstico de la situación esperada para el futuro. La demanda que el proyecto de la Comercializadora de Flores que espera para el futuro es creciente por la proyección que identifique en la evolución histórica y la demanda actual.

Cuadro No. 3
Comportamiento y pronóstico de la demanda

COMPORTAMIENTO Y PRONOSTICO DE LA DEMANDA	
AÑO	FLORES (Caja) / AÑO
2004	1.351
2005	1.486
2006	1.634

Fuente: Cálculo Investigado la proyección

Cuadro No. 4
Demanda futura

DEMANDA FUTURA				
AÑO	X	Y	X²	x-y
2004	-1	1.351	1	-1.351
2005	0	1.486	0	0
2006	<u>1</u>	<u>1.634</u>	1	<u>1.634</u>
	<u>0</u>	4.471	2	283

$$Y = a - b(X) \quad a = \frac{\sum y}{n} \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$a = \frac{4.471}{3} \quad b = \frac{283}{2}$$

$$a = 1.490 \quad b = 141$$

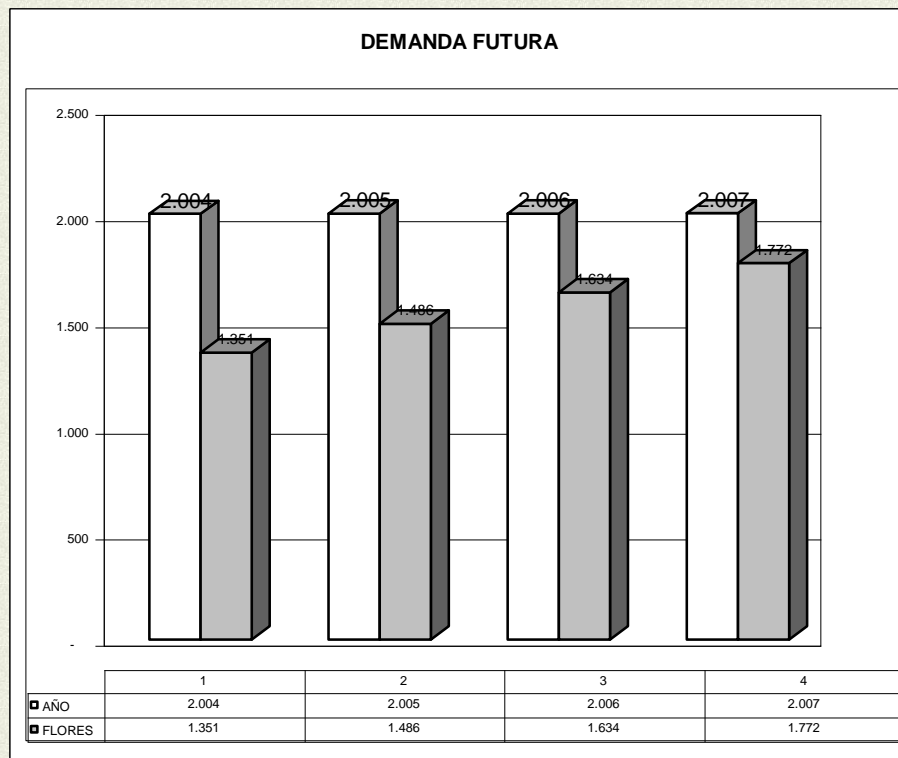
$$y_{2007} = 1.490 + 141(2) = 1.772$$

$$y_{2008} = 1.490 + 141(3) = 1.913$$

$$y_{2009} = 1.490 + 141(4) = 2.054$$

$$y_{2010} = 1.490 + 141(5) = 2.195$$

Figura No. 1
Comportamiento de la demanda futura



6.5 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA DE LAS FLORES.

6.5.1 Evolución histórica de la oferta. Las Flores ocupan un lugar importante dentro de la economía del país, por que han logrado alcanzar ocupar el segundo puesto a nivel Internacional en la exportación, y en el Departamento del Cesar el comercio de las Flores ha permitido un aumento representativo Valledupar cuenta con dieciocho floristerías donde el crecimiento de la demanda obliga al crecimiento de la oferta por encontrarse ligado uno con otro.

Cuadro No.5
Evolución histórica de la oferta

EVOLUCION HISTORICA DE LA OFERTA		CRECIMIENTO
AÑO	FLORES / AÑO	
1999	587	
2000	645	58
2001	709	64
2002	779	70
2003	856	77
TOTAL	3.576	269

Fuente: Calculo Investigador

La oferta en el periodo comprendido entre 1999 al 2003 arrojó que la comercialización es de 3.576 caja de Flores se generó una oferta creciente 10%.

6.5.2 Análisis de la Oferta Actual. En Valledupar existen dieciocho Floristerías y un número de expendedores vendedores al detal ubicada en la entrada de los templos y cementerios de toda la ciudad, en la floristería existente se distribuyen **1.296 cajas de Flores anual para un total de 345.600 Flores al año.**

6.5.3 Análisis de la oferta futura. Con la investigación realizada, se analizó que oferta es creciente lo que augurará para el desarrollo del proyecto de la Comercialización de Flores en la Ciudad de Valledupar.

6.5.4 Análisis y proyección de la oferta. Información Inicial La información fue obtenida después de realizar el trabajo de campo de investigación con distribuidores mayoristas como son: Rosas en líneas y Floristerías Holimark en Bogotá, Nomeolvides en Cali; y floristería de la región.

**Cuadro No.6
Oferta futura**

OFERTA FUTURA				
AÑOS	X	Y	X²	X . Y
2004	-1	941	1	-941
2005	0	1.035	0	0
2006	1	1.138	1	1.138
SUMATORIA	0	3.114	2	197

Fuente: Calculo Investigador

$$Y = a+b(X)$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{197}{2}$$

$$a = \frac{3.114}{3}$$

$$b = 99$$

$$a = 1.038$$

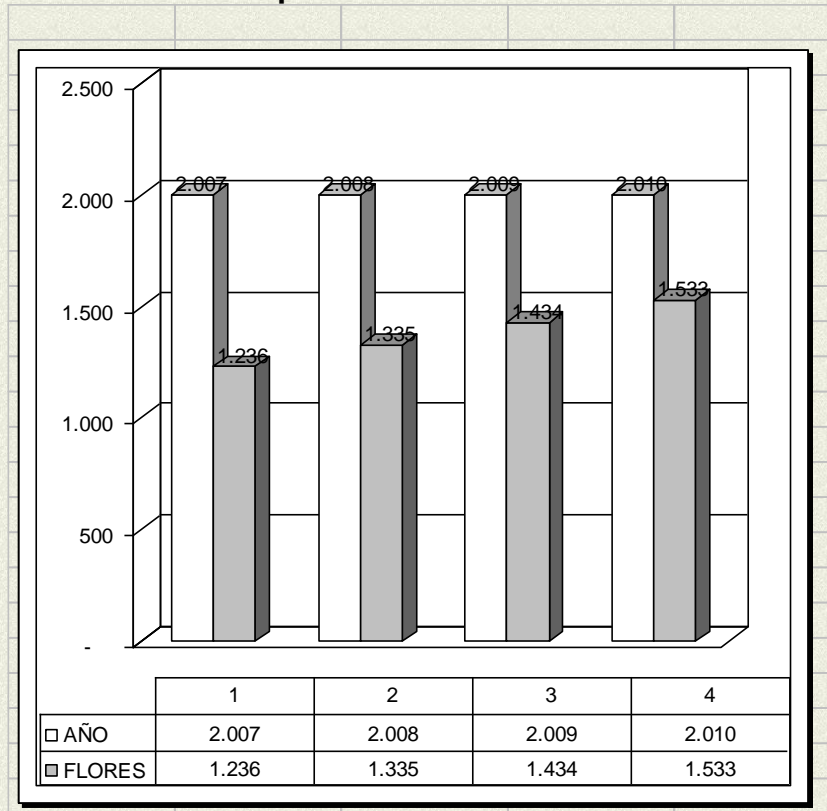
$$y_{2007} = 1.038 + 99(2) = 1.236$$

$$y_{2008} = 1.038 + 99(3) = 1.335$$

$$y_{2009} = 1.038 + 99(4) = 1.434$$

$$y_{2010} = 1.038 + 99(5) = 1.533$$

Figura No. 2
Comportamiento de la oferta



6.6 ANALISIS DE PRECIOS

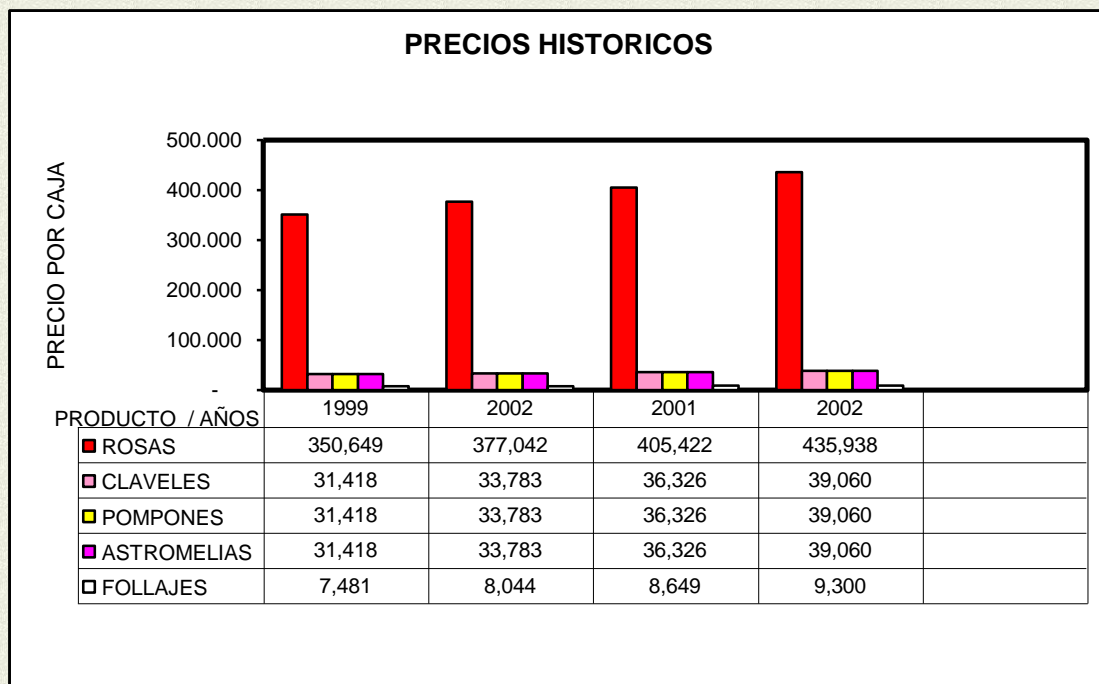
6.6.1 ¹⁵Evolución histórica de los precios

Cuadro No.7
Evolución histórica de los precios

PRODUCTO	PRECIOS CAJAS POR AÑOS			
	1999	2002	2001	2002
ROSAS	350.649	377.042	405.422	435.938
CLAVELES	31.418	33.783	36.326	39.060
POMPONES	31.418	33.783	36.326	39.060
ASTROMELIAS	31.418	33.783	36.326	39.060
FOLLAJES	7.481	8.044	8.649	9.300
TOTAL	452.384	486.435	523.048	562.418

¹⁵ www.colombiaflower.com

**Figura No. 3
Precios históricos**



6.6.2 Proyección de los precios: En este proyecto de comercialización de Flores, conocido el comportamiento histórico de los precios de las diferentes Flores, se procedió a efectuar la proyección de precios, asumiendo una tasa de inflación promedio del 7% anual, se obtuvo los siguientes resultados.

**Cuadro No. 8
Proyección de los precios**

PRODUCTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ROSAS	468.750	501.563	536.672	574.219	614.063	657.422
CLAVELES	42.000	44.940	48.086	51.450	55.020	58.905
POMPOLES	42.000	44.940	48.086	51.450	55.020	58.905
ASTROMELIAS	42.000	44.940	48.086	51.450	55.020	58.905
FOLLAJE	10.000	10.700	11.449	12.250	13.100	14.025

El calculo se hizo aplicando $F = P(1 + i)^n$ donde $i = 0.7$

6.7 LA COMERCIALIZACION DE LAS FLORES

La Comercialización de las Flores se distribuye inicialmente en las dieciocho floristería en la ciudad, clientes individuales etc. La Comercializadora contara con una infraestructura moderna es sus instalaciones lo cual permite brindar a sus clientes un buen ambiente social, con ventajas competitivas a largo plazo; será el principal centro de comercialización de flores en el Departamento.

Ofrecer a los clientes un menor precio para ir ganando espacio en el mercado Regional.

6.7.1 La distribución de las Flores: Las entregas de los pedidos de flores a los clientes se realizarán a través de entrega directa por intermedio del mensajero de la Comercializadora.

6.7.2 Publicidad de las Flores: Para la publicidad de las Flores se utilizarán: medios de comunicación radiales y prensa. etc.

7. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

En esta primera fase se analizó cada uno de los resultados obtenidos entre la demanda y oferta; y se encontró que la demanda es insatisfecha, lo que es una excelente expectativa para la implantación de “La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar”, que comercializará productos no tradicionales, para estar en armonía con el rescate de los recursos naturales y ofrecerá un modelo integral de servicio para satisfacer las necesidades de creación y transmisión de emociones a través de Flores de primera calidad.

ESTUDIO DE TECNICO

8. ESTUDIO TÉCNICO

8.1 TAMAÑO

Para definir el tamaño de La Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar, se tubo en cuenta dos variables que es la demanda insatisfecha la cual muestra la dimensión del mercado y la disponibilidad de recursos necesarios para el desarrollo del proyecto.

El tamaño de inicio del proyecto esta diseñado para vender el primer año 3.488 Cajas de Flores, con una estrategia de crecimiento escalonado, de un incremento del 10% anual de Cajas de Flores

Tiene la dimensión del mercado en dieciocho Floristerías, Funerarias, Hoteles, Clubes Sociales, Iglesias, Empresas, Colegios, Grupos Familiares para (Primeras Comuniones, Cumpleaños, Matrimonios) en la ciudad etc. con un cubrimiento en todo el Departamento del Cesar y la Guajira. La Comercializadora cuenta con unos recursos propios de cada socio por (\$50.345.009) los cuales provienen de Cesantías y Ahorros.

La disponibilidad de insumos es la materia prima utilizada en el proyecto, son los tallos de flores de la más alta calidad. Partiendo del conocimiento de las

necesidades de los clientes. Así mismo, “La Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar” contara con el respaldo de reconocidos cultivos de Flores ubicados en la Sabana de Bogotá, Ríonegro (Antioquia), donde se cultiva y procesan las flores bajo estricto parámetros de seguimiento y calidad, cualquier producto que se adquiriera a través de “La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar”, es elaborado con flores seleccionadas directamente en el cultivo, con corte no superiores a dos días.

“La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar”, será el primer sitio en ofrecer un modelo integral de servicio para satisfacer las necesidades de creación y transmisión de emociones a través de Flores tipo exportación. Las políticas de calidad, atención al usuario, variedades de producto, permite ajustar a las expectativas y requerimientos del mercado.

“La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar” iniciaría con una cobertura en los Departamentos del Cesar y la Guajira.

“La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar” se constituye con el fin de llevar un crecimiento progresivo, con un producto y servicio de la mejor calidad, responsabilidad; ofrecer con orgullo y confianza un producto de alta elaboración y garantizar durabilidad.

Después de analizar las diferentes variables, que condicionan esté proyecto, tales como: dimensiones del mercado, capacidad de financiamiento,

tecnología utilizada, disponibilidad de insumos, distribución geográfica del mercado, estacionalidades y fluctuaciones, riegos, inflación, devaluación, tasa de interés y recursos propios. La variable que han marcado la pauta en este proyecto han sido los recursos propios.

8.2 LOCALIZACION

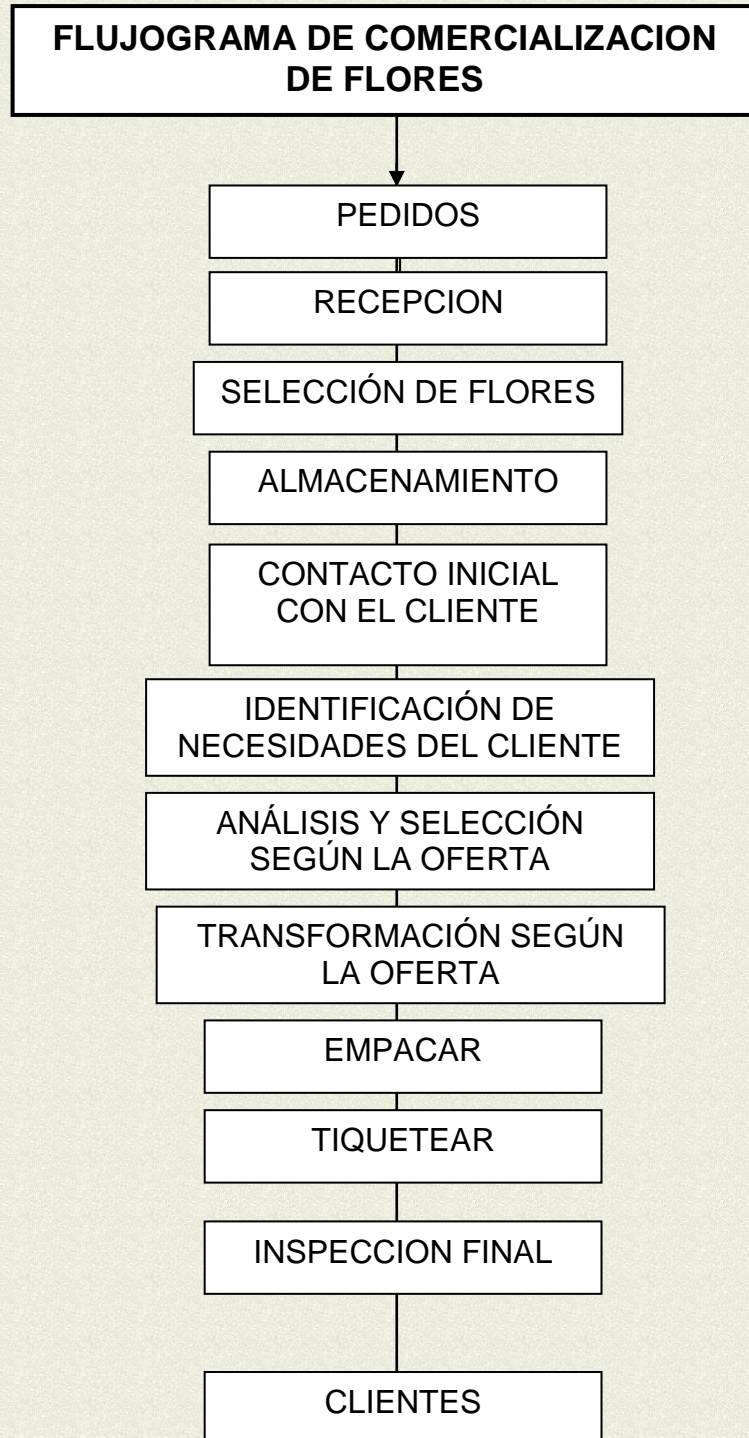
8.2.1 Macrolocalización: En el Departamento del Cesar específicamente en el Municipio de Valledupar se ubicará “La Comercializadora de Flores” cubrirá inicialmente los mercados del Departamentos del Cesar.

8.2.2 Microlocalización: “La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar” estará ubicado en la ciudad de Valledupar en la Carrera 9 entre Calle 11 y 12 se escogió esta ubicación por ser una zona transitable, fácil acceso y un mercado asequible y es una zona con tendencia de desarrollo en la ciudad.

8.3 EL PROCESO DE COMERCIALIZACION

“La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar” necesita la compra permanentemente tallo de Flores en diferentes variedades, para satisfacer las necesidades de los clientes. El producto se adquiere en la Sabana de Bogotá, Medellín, etc.

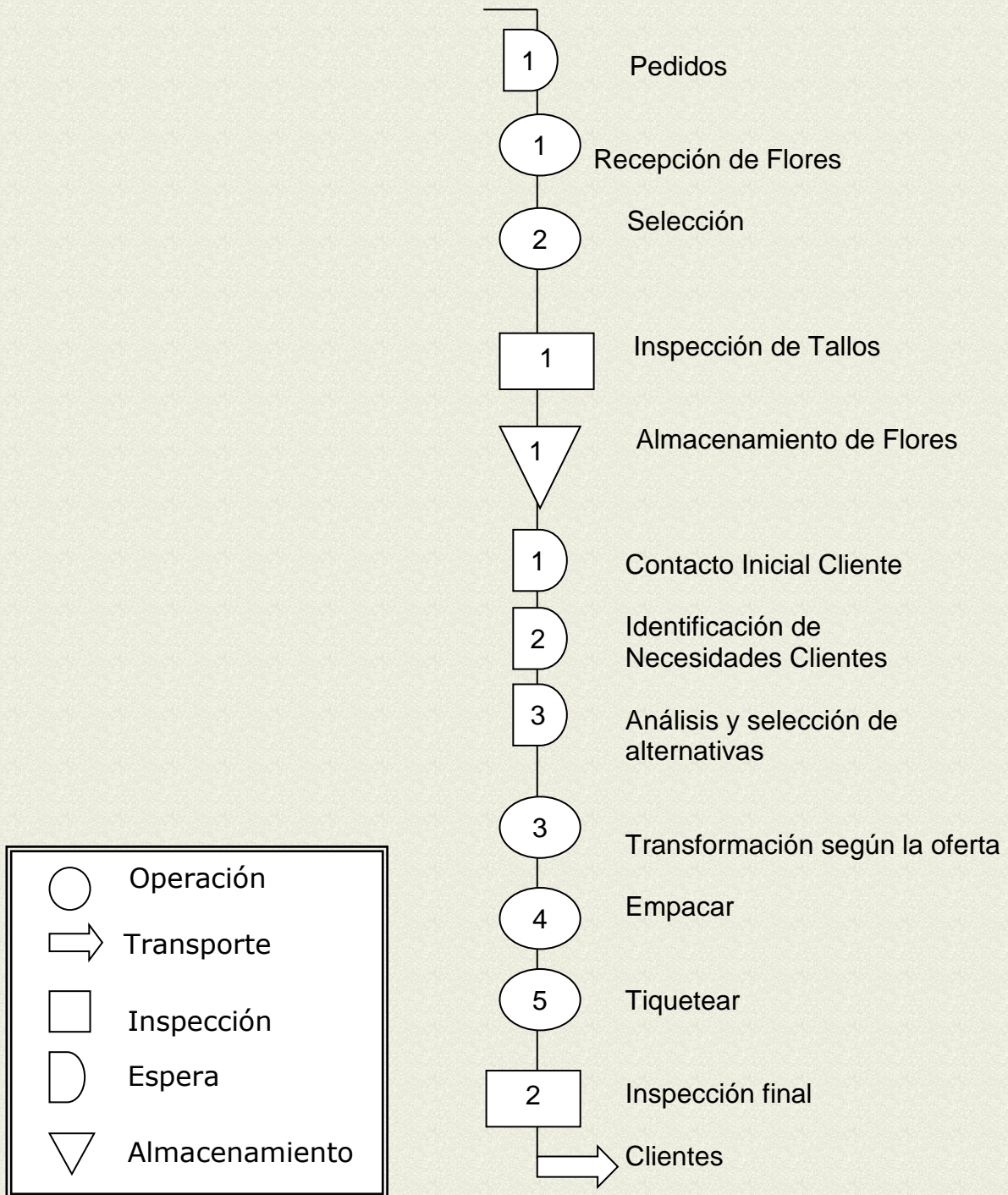
Figura No. 3



8.4 DIAGRAMA DE COMERCIALIZACION

El diagrama se explica de la siguiente manera: primero que todo se hace una solicitud de pedido directamente a los cultivadores, luego la recepción de las Flores que llegan según el origen, luego son seleccionadas según sus características (color, variedad, etc.) después se revisan el tamaño de los tallos controlando que tengan el mismo corte, de allí son almacenadas en el cuarto frío lo que le permite una mayor duración y conservación y esperan que se lleve a cabo el proceso donde el cliente determina y selecciona la variedad de satisface sus necesidades, después de esto se realiza la operación de armar los follajes de acuerdo a la solicitud del cliente que luego son empacado, tiqueteado y sometidos nuevamente a una nueva revisión para entregar el producto seleccionado por el cliente en las mejores condiciones de calidad y finalmente ser entregado al cliente.

Figura No. 5
Diagrama de proceso de comercialización de flores



8.5 SELECCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE EQUIPOS

Los equipos con se trabajaran en “La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar” son:

- ✦ Cuarto Frío
- ✦ Aire Integral
- ✦ Equipos de Oficinas
- ✦ Líneas Telefónicas
- ✦ Equipos de Comunicación y Computación
- ✦ Muebles exhibición en madera
- ✦ Tijeras profesionales

Estos son los equipos necesarios para poner en marcha “La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar”.

Con el recurso humano, la materia prima y los equipos; permite brindar a los clientes un producto y servicios de la mejor calidad, con el fin de satisfacer las necesidades de creación y transmisión de emociones de los clientes, a través de las flores.

8.6 IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE MANO DE OBRA

Para el funcionamiento de “La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar” se necesita del siguiente personal: Gerente, Secretaria, Auxiliar, Asesor Contable y Aseador/Mensajero, cinco personas en su total.

9. OBRAS FÍSICAS Y DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

9.1 OBRAS FÍSICAS

“La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar” necesita de un área total de 200m² de construcción y la distribución será:

✦ ZONA ADMINISTRATIVA

✦ Gerente

✦ Secretaria

✦ ZONA DE SERVICIOS

✦ Baños

✦ Cafetería

✦ ZONA DE LOBORES

✦ Bodega y embalaje

✦ Cuarto frío

✦ Cargue y descargue

✦ Cuarto de desechos

9.2 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA (Anexo A.)

10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

10.1 CONSIDERACIONES DE CARÁCTER GENERAL

Para el funcionamiento de “La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar”, se debe conocer y cumplir las Leyes y Normas escritas, con el fin mantener un ambiente social y corporativo.

10.2 CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA

El tipo de sociedad constituida para el montaje de “La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar” es **Limitada**.

10.3 RAZÓN SOCIAL



10.4 NUMERO DE APORTANTES

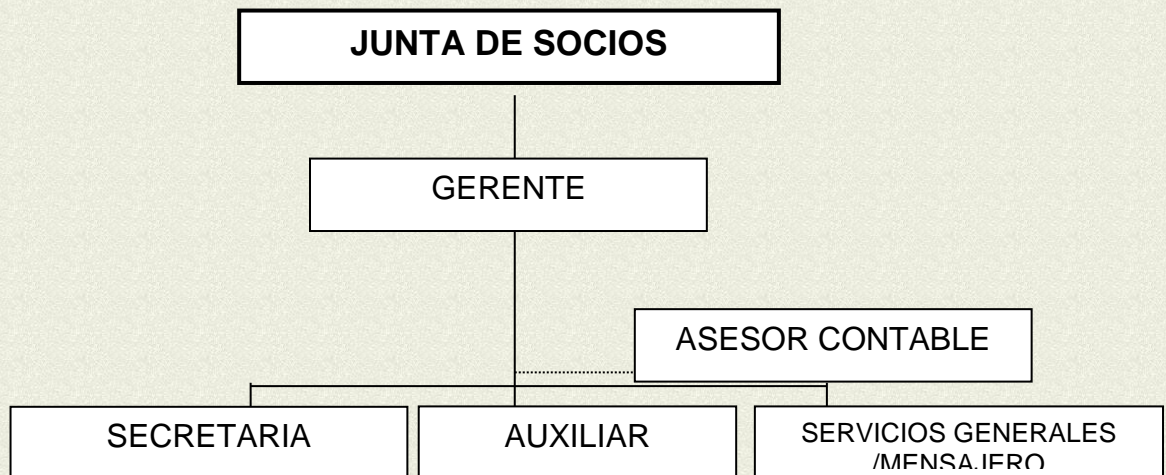
En el proyecto “La Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar” el número de aportantes son dos.

10.5 EL MONTO, LA FORMA DE APORTES

Nombre de Socio	Aporte	Porcentaje
Luis Alberto Mindiola	\$25.172.500	50%
María Antonia Collazos	\$25.172.500	50%

10.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Figura No. 6
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.



10.7 MANUALES O INSTRUCTIVOS DE OPERACIÓN

10.7.1 Manual de funciones

10.7.1.1 Junta de socios: Reunirse para la toma de decisiones acertadas en la organización, aprobar propuestas, elegir al Gerente de la Comercializadora, aprobación de presupuestos y créditos.

10.7.1.2 Gerente: La función es de planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se presentan en la empresa y buscar métodos que ayuden a promocionar los servicios de la organización. Utilizar la comunicación con sus clientes para analizar fortalezas y debilidades de la empresa junto con la buena realización de los procesos y una buena visualización de un mercado futuro para así poder lograr una mejor solución de los problemas.

10.7.1.3 Secretaria: Desempeñará las funciones referentes a recepción, manejo de correspondencias y pedidos, auxiliar contable y servicio al cliente.

10.7.1.4 Auxiliar: Desempeñar las funciones referentes a recibir de materia prima, transformación de materia prima (Flores) de acuerdo con las necesidades de los clientes, como son: Arreglos, cajas y bouquet. Entregar al mensajero los pedidos para que esté a disposición de los clientes.

10.7.1.5 Asesor Contable: Desempeña las funciones referentes a asesorías contables, y manejo de los libros de contabilidad.

10.7.1.6 Aseador / Mensajero: Desempeñara las funciones referentes al aseo general de la empresa, atención a los empleados y al público en cuanto a tinto, agua o refrigerios. etc. Desempeñara las funciones referentes a la entrega de pedidos y correspondencias internas, externas de la Comercializadora, realizar consignaciones, hacer los pagos de impuestos, facturas y demás acreencias de la empresa; los cuales don de gran importancia para la ejecución de nuestra actividad.

Desempeñara las funciones referentes al aseo general de la empresa, atención a los empleados y al público en cuanto a tinto, agua o refrigerios. etc.

10.8 REGLAMENTOS

10.8.1 Reglamento interno de trabajo. El presente es el Reglamento Interno de Trabajo prescrito por la Empresa: “Comercializadora de Flores de la ciudad de Valledupar, domiciliada en la ciudad de Valledupar, y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores.

CAPATULO I

CONDICIONES DE ADMISIÓN

ARTICULO 1º. Los aspirantes a ingresar como trabajadores de la “Comercializadora de Flores de la ciudad de Valledupar”, deberán diligenciar la solicitud respectiva por escrito y acompañar los siguientes documentos:

- ✓ Certificado del último empleador con quien haya trabajado, en donde conste el tiempo de servicios, la índole de la labor ejecutada y salario devengado.
- ✓ Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso del plantel de educación donde hubiere estudiado.
- ✓ Libreta de servicio militar, cédula de ciudadanía.

ARTICULO 2º. -La empresa puede admitir, mediante la renuncia de los riesgos respectivos a los trabajadores de que trata el aparte b) del artículo 340 del Código Sustantivo de Trabajo, en armonía con el artículo 341 y los incisos 1º. Y 2º. Del artículo 342 del mismo Código y en ningún caso, aquellos trabajadores a que se refiere el inciso 3º. Del artículo último.

CAPITULO II

PERIODO DE PRUEBA

ARTICULO 3º. - La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él, un periodo inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar, por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de éste, las conveniencias de las condiciones de trabajo.

ARTICULO 4º. -El periodo de prueba de ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

ARTICULO 5º. - El periodo de prueba no puede exceder de dos meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un (1) año el período de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato sin que pueda exceder de dos meses.

Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebran contratos de trabajo sucesivos, no es valida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato.

CAPITULO III

HORARIO DE TRABAJO

ARTICULO 6º. Las horas de entrada y salida de los trabajadores, son las que a continuación se expresan así:

DE LUNES A VIERNES

EN LA MAÑANA

Hora de entrada: 8:00 a.m.

Hora de salida: 12.00 m.

EN LA TARDE

Hora de entrada: 2.00 p.m

Hora de salida: 6.00 p.m

SABADOS

Hora de entrada: 8.00 a.m.

Hora de salida: 12.30 m.

PARÁGRAFO 1: Los días laborables de acuerdo a lo anterior son de Lunes a Sábado.

CAPITULO IV

DIAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIOS

ARTICULO 7º- Serán de descanso obligatorio remunerado, los Domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todos los trabajadores tanto del sector público como del privado, tienen derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso:

**Cuadro No. 9
Calendario**

MESES / DIAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
ENERO	■					■																									
FEBRERO																															
MARZO																				■											
ABRIL																															
MAYO	■																														
JUNIO																														■	
JULIO																					■										
AGOTO							■									■															
SEPTIEMBRE																															
OCTUBRE													■																		
NOVIEMBRE	■										■																				
DICIEMBRE								■																		■					

Además de los días Jueves y Viernes Santos, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús.

CAPITULO V

VACACIONES REMUNERADAS

ARTICULO 8º. - Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

ARTICULO 9º- La época de vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar dentro del año siguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador,

El servicio y la efectividad del descanso. El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederá las vacaciones.

ARTICULO 10º- Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas.

ARTICULO 11º- Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero, pero el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social puede autorizar que se pague en dinero hasta la mitad de ellas en casos especiales de perjuicio para la economía nacional o la industria; cuando el contrato termina sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación de éstas en dinero procederá por un año cumplido de servicios y proporcionalmente por fracción de un año, siempre que esta no sea inferior a seis (6) meses. En todo caso para la compensación de las vacaciones, se tendrá como base el último salario devengado por el trabajador.

CAPITULO VI

SALARIO MINIMO LEGAL

ARTICULO 12º- Formas y libertad de estipulación:

El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por unidad de obra, o a destajo y por

tarea, etc. , pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales.

CAPITULO VII

ORDEN JERARQUICO

ARTICULO 13º- El orden Jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa es el siguiente: Junta Directiva, Gerente, Secretaria, Auxiliares y Mensajero.

CAPITULO VIII

OBLIGACIONES ESPECIALES PARA LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES

ARTICULO 14º. - Son obligaciones especiales de la empresa:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulación en contrario, los instrumentos adecuados y la materia prima necesaria para la realización de las labores.

2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que le garantice razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad, a esté efecto el establecimiento mantendrá lo necesario según la reglamentación de las autoridades sanitaria.
4. Pagar la remuneración pactadas y en las condiciones, periodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador sus creencias y sentimientos.

ARTICULO 15º- Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de esté reglamento y acatar y cumplir las ordenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
2. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.

3. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estime conducentes a evitarle daños y perjuicios.
4. Prestarle la colaboración posible en caso de siniestros o de riesgos inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.

CAPITULO IX

PROHIBICIONES ESPECIALES PARA LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES

ARTICULO 16º- Se prohíbe a la empresa:

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa de estos.
2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacén que establezca la empresa.
3. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores en ejercicio de sus derechos de asociación.
4. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultarle o impedirle el ejercicio o el derecho al sufragio.

ARTICULO 17º-Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la empresa los útiles de trabajo, la materia prima o productos elaborados sin permiso de la empresa.
2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcóticos o de drogas enervantes.
3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.
4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa.

10.8.2 Reglamento de seguridad industrial: Es política de la Comercializadora conducir sus negocios en manera tal que se proteja la seguridad de los empleados, de terceras personas vinculadas a la operación y de la comunidad en general. La Comercializadora pondrá todo su empeño en prevenir los accidentes, lesiones y enfermedades ocupacionales con la activa participación de cada uno de sus empleados. La Comercializadora se compromete a efectuar esfuerzos permanentes par identificar y eliminar o controlar los riesgos asociados con sus actividades.

11. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO TÉCNICO

“La Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar”, se define como un proyecto viable por que:

....Los productos y servicio serán de la mejor calidad y se procesaran con los más altos estándares y rigurosidad posibles para asegurar una entrega rápida y eficaz.

....La Comercializadora es responsable de los actos, que se presenten durante su operación, tiene el privilegio de cuidar y preservar los recursos naturales y la protección del medio ambiente, considerando muy especialmente que el negocio hace uso de material natural.

12. ESTUDIO FINANCIERO.

12.1 INVERSIONES.

12.1.1 Inversión en terrenos y en obras físicas.

Cuadro No. 10
Inversión en terrenos y en obras físicas.

Detalle de Inversión	Cantidad	Precio Unitario	Total	Vida Útil (años)
Planta física	153,5 m ²	\$ 40.000	\$ 6.140.000	20
Obra de mano	153,5 m ²	\$ 20.000	\$ 3.070.000	20
TOTAL			\$ 9.210.000	

Para la instalación del proyecto y su operación es necesario una inversión inicial de \$ 9.210.000 (NUEVE MILLONES DOSCIENTOS DIES MIL PESOS M/L.), lo cual permite la adecuación de un local (que cuenta con un área total de 200 m², pero solo se utilizara 153.5m²). Lo que incluye pintura general, cambio de instalaciones eléctricas, cambio de piso, y aparatos sanitarios entre otros. Ubicado en la ciudad de Valledupar; se habilita el local en óptimas condiciones; ocupando el 53.5% del terreno.

Como el predio donde funcionara la Comercializadora de Flores, es en calidad de arriendo, celebraremos un contrato de arriendo inicialmente por (1) año prorrogable y así sucesivamente.

12.1.2 Inversión de maquinaria y equipos.

Cuadro No. 11
Inversión de maquinaria y equipos.

Detalle de Inversión	Cantidad	Precio Unitario	Total	Vida Útil (años)
Cuarto Frío a Gas	1	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	20
Computador	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	5
Aire Acondicionado	1	\$ 700.000	\$ 700.000	5
Maquina Registradora	1	\$ 190.000	\$ 190.000	15
TOTAL			\$ 10.090.000	

12.1.3 Inversiones en muebles.

Cuadro No. 12
Inversiones en muebles

Detalle de Inversión	Cantidad	Precio Unitario	Total	Vida Útil (años)
Escritorio tipo Gerente	1	\$ 350.000	\$ 350.000	10
Silla tipo Gerente	1	\$ 80.000	\$ 80.000	10
Escritorio tipo Secretaria	1	\$ 220.000	\$ 220.000	10
Silla tipo Secretaria	1	\$ 50.000	\$ 50.000	10
Archivador	1	\$ 105.000	\$ 105.000	10
Sillas espera de cliente	6	\$ 60.000	\$ 360.000	10
*Línea telefónica	2	\$ 400.000	\$ 800.000	
Aparatos tefonicos	2	\$ 80.000	\$ 160.000	10
Mesas de exhibición	2	\$ 30.000	\$ 60.000	10
TOTAL			\$ 2.185.000	

* La Línea telefónica no se deprecia.

12.1.4 Inversiones en Flores.

**Cuadro No. 13
Inversiones en Flores.**

Detalle de Inversión	Precio Unitario	Cantidad por Caja (Tallos)	Precio por Caja	Cantidad (Caja)	Total	Vida Útil (días)
Rosas	\$ 500	750	\$ 375.000	2	\$ 750.000	8
Claveles	\$ 42	600	\$ 25.200	2	\$ 50.400	8
Pompones	\$ 50	600	\$ 30.000	2	\$ 60.000	8
Astromelias	\$ 50	600	\$ 30.000	2	\$ 60.000	8
Follaje	\$ 8.000	Caja	\$ 8.000	1	\$ 8.000	8
TOTAL				9	\$ 928.400	

La Comercializadora de Flores en la Ciudad de Valledupar, contará con un Stop de 9 cajas de flores disponibles para los clientes.

12.1.5 Inversiones en activos intangibles.

Cuadro No. 14
Inversiones en activos intangibles.

ITEM DE INVERSION	TOTAL
Estudio de Prefactibilidad	\$ 200.000
Estudio de Factibilidad	\$ 300.000
Gastos de Organización	\$ 250.000
Licencia (Gasto Cámara de Comercio)	\$ 75.000
Montaje y Prueba para puesta en marcha	\$ 250.000
Entrenamiento de personal	\$ 150.000
Imprevistos y otros	\$ 200.000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 1.425.000

12.1.6 Total inversiones.

Cuadro No. 15
Total inversiones

ITEM INVERSION	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Obras Fisica						\$ 9.210.000
Maquinaria y Equipo						\$ 10.090.000
Muebles						\$ 2.185.000
Activos Intangibles						\$ 1.425.000
TOTAL INSUMOS FIJOS						\$ 22.910.000

12.2 CALCULO DE COSTOS OPERACIONALES.

12.2.1 Costo de mano de obra (primer año de operación).

Cuadro No. 16
Costo de mano de obra (primer año de operación).

MANO DE OBRA DIRECTA				
Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales 42.6%	Costo Total Anual
1 Auxiliar	\$ 369.500	\$ 4.434.000	\$ 1.888.884	\$ 6.322.884
TOTAL	\$ 369.500	\$ 4.434.000	\$ 1.888.884	\$ 6.322.884

Se está cancelando Prima de Servicio, Cesantías, Vacaciones e Intereses de Cesantías.

12.2.2 Gastos por depreciación.

Cuadro No. 17
Gastos por depreciación

ACTIVOS	VIDA UTIL ESTIMADA	COSTOS DEL ACTIVO	AÑOS					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
ACTIVOS OPERACIONALES								
Cuarto Frío	20	\$ 8.000.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 4.000.000
Subtotal		\$ 8.000.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 4.000.000
ACTIVOS ADMINISTRATIVOS								
Computador	5	\$ 1.200.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ -
Aire Acondicionado	5	\$ 700.000	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ -
Maquina	5	\$ 190.000	\$ 38.000	\$ 38.000	\$ 38.000	\$ 38.000	\$ 38.000	\$ -
Muebles	10	\$ 1.385.000	\$ 138.500	\$ 138.500	\$ 138.500	\$ 138.500	\$ 138.500	\$ 692.500
Subtotal		\$ 3.475.000	\$ 556.500	\$ 556.500	\$ 556.500	\$ 556.500	\$ 556.500	\$ 692.500
TOTAL		\$ 11.475.000	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 4.692.500

* La Línea telefónica no se deprecia.

12.2.3 Remuneración al personal administrativo y de ventas (Primer año de operación)

**Cuadro No. 18
Remuneración al personal administrativo y de ventas (Primer año de operación)**

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales 42.6%	Costo Total Anual
Gerente	\$ 750.000	\$ 9.000.000	\$ 3.834.000	\$ 12.834.000
Secretaria	\$ 369.500	\$ 4.434.000	\$ 1.888.884	\$ 6.322.884
Subtotal	\$ 1.119.500	\$ 13.434.000	\$ 5.722.884	\$ 19.156.884
Menos 25% (Ventas)				\$ 4.789.221
TOTAL				\$ 14.367.663
Aseadora / Mensajero	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ -	\$ 3.000.000
Asesorias Contadores	\$ 400.000	\$ 4.800.000	\$ -	\$ 4.800.000
Subtotal	\$ 650.000	\$ 7.800.000		\$ 7.800.000
TOTAL				\$ 22.167.663

12.2.4 Costo de los materiales (para el primer año).

Cuadro No. 19
Remuneración al personal administrativo y de ventas (Primer año de operación)

Materiales	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Por Cajas	Costo Total
A. Materiales Directo				
Rosas	Caja	866	\$ 375.000	\$ 324.750.000
Claveles	Caja	866	\$ 25.200	\$ 21.823.200
Pompones	Caja	866	\$ 30.000	\$ 25.980.000
Astromelia	Caja	866	\$ 30.000	\$ 25.980.000
Follaje	Caja	24	\$ 8.000	\$ 192.000
TOTAL		3.488		\$ 398.725.200
B. Materiales Indirecto				
Materiales		Unidades		Costo Total
Elementos de Aseo			\$ 50.000	\$ 600.000
Bolsas		2000	\$ 300	\$ 600.000
Bases		864	\$ 1.500	\$ 1.296.000
Valdes plástico para almacenar las flores		10	\$ 5.000	\$ 50.000
Empaques		5000	\$ 100	\$ 500.000
TOTAL				\$ 3.046.000

12.2.5 Costo de servicios (primer año de operación).

Cuadro No. 20
Costo de servicios (primer año de operación).

COSTOS DE PRODUCCION				
Servicios	Unidad De Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total
Energía Eléctrica	KW/hora	800	301.85	\$ 241.480
Agua Potable	Mts ³	80	463	\$ 37.040
Telefono				\$ 1.080.000
Seguro				\$ 400.000
Gas	Mts ³	120	462	\$ 665.230
Mantenimiento Equipo				\$ 150.000
Mantenimiento instalación				\$ 120.000
Arriendo Local		1 año	400.000	\$ 4.800.000
TOTAL				\$ 7.493.750
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Servicios	Unidad De Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total
Energía Eléctrica	KW/hora	4.000	301.85	\$ 1.207.400
Agua Potable	Mts ³	400	463	\$ 185.200
TOTAL				\$ 1.392.600

12.2.6 Gastos de Venta (Primer año de Operaciones).

Cuadro No. 21
Gastos de venta (Primer año de Operaciones).

DETALLE	VALOR ANUAL
Sueldo y prestaciones	\$ 4.789.221
Gastos de distribución	\$ 204.000
Gastos de promoción	\$ 800.000
Transporte	\$ 144.000
TOTAL	\$ 5.937.221

12.2.7 Amortización Gastos Diferidos.

Cuadro No. 22
Amortización gastos diferidos.

ACTIVOS INTANGIBLES	PLAZO DE AMORTIZACION	COSTO DEL ACTIVO	VALOR AMORTIZACIÓN ANUAL				
			1	2	3	4	5
Gastos preoperativos	5	\$1.425.000	\$285.000	\$285.000	\$285.000	\$285.000	\$285.000
TOTAL			\$285.000	\$285.000	\$285.000	\$285.000	\$285.000

12.2.8 Distribución de costos (Miles de pesos) – Términos Corrientes.

**Cuadro No. 23
Distribución de Costos (Miles de pesos) – Términos Corrientes.**

COSTO	TOTAL	DE FLORES EN UN AÑO	
		COSTO FIJO	COSTOS VARIABLES
Costo de producción			
Mano de obra directa	\$ 6.322.884		\$ 6.322.884
Materiales directos	\$ 398.725.200		\$ 398.725.200
Materiales indirectos	\$ 3.046.000		\$ 3.046.000
Energía Eléctrica	\$ 1.241.840		\$ 1.241.840
Agua	\$ 37.040		\$ 37.040
Gas	\$ 665.280		\$ 665.280
Arriendo	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	
Matenimiento Instalaciones	\$ 150.000	\$ 150.000	
Matenimiento Equipo	\$ 120.000	\$ 120.000	
Depreciación	\$ 800.000	\$ 800.000	
Subtotal	\$ 415.908.244	\$ 5.870.000	\$ 410.038.244
Gastos Administrativos			
Sueldos y prestaciones	\$ 22.167.663	\$ 22.167.663	
Papelería	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	
Energía Eléctrica	\$ 1.207.400	\$ 1.207.400	
Agua	\$ 185.200	\$ 185.200	
Telefono	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	
Preoperativos	\$ 285.000	\$ 285.000	
Depreciación	\$ 556.500	\$ 556.500	
Subtotal	\$ 26.921.763	\$ 26.921.763	-0-
Gastos de Ventas			
Sueldo y prestaciones	\$ 4.789.221	\$ 4.789.221	
Promoción	\$ 800.000	\$ 800.000	
Distribución	\$ 204.000	\$ 204.000	
Transporte	\$ 144.000	\$ 144.000	
Subtotal	\$ 5.937.221	\$ 5.937.221	-0-
TOTAL	\$ 448.767.228	\$ 38.728.984	\$ 410.038.244

12.3 CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

En los próximos conceptos y gráficos se hace él “calculo”del punto de equilibrio para esté proyecto. Se trata de interpretar el nivel de comercialización, en el cual los ingresos obtenidos son iguales a los costos totales.

Esté análisis del punto de equilibrio también es útil para:

Orientar la decisión sobre el tamaño inicial y tecnológico a emplear (capacidad instalada), realizar programaciones teniendo en cuenta la capacidad utilizada, redefinir precios o tarifas para hacer factible el proyecto.

Esta técnica de análisis del punto de equilibrio permite estudiar las relaciones entre costos fijos, costos variables y los ingresos de los proyectos.

Retomando la investigación del proyecto tenemos:

$$X_e = \frac{C.F.}{P - C.V.U}$$

Retomando la información obtenemos que:

Costo fijo = \$38.728.984

Costo Variable = \$410.038.244

Entonces

$$C.T = C.F + C.V$$

$$C.T = \$38.728.984 + \$410.038.244$$

$$**C.T = \$448.767.228**$$

Por otra parte

Ingresos = precio x número de unidades producidas

$$I = P.X$$

Dado que el punto de equilibrio es igual en el que los ingresos son iguales a los costos, podemos determinar fácilmente el número de unidades que se debe producir para alcanzar dicho punto.

$$I = C.T$$

$$P \times e = C.F + C.V.U. X_e$$

$$X_e (C.V.U - P) = CF$$

$$\text{Por tanto } X_e = \frac{C.F}{P - C.V.U}$$

En donde

X_e = Números de unidades en punto de equilibrio

CF = Costo Fijos

P = Precio Unitario

C.V.U.= Costos Variables unitarios



Vamos a llegar al punto de equilibrio de las flores

Donde precio promedio por caja es = \$144.900

$$C.V.U. = \frac{C.V.}{\text{Producción}}$$

$$C.V.U. = \frac{\$410.038.244}{3.488}$$

$$\mathbf{C.V.U. = 117.556}$$

$$P.E. = \frac{C.F.}{P - C.V.U}$$

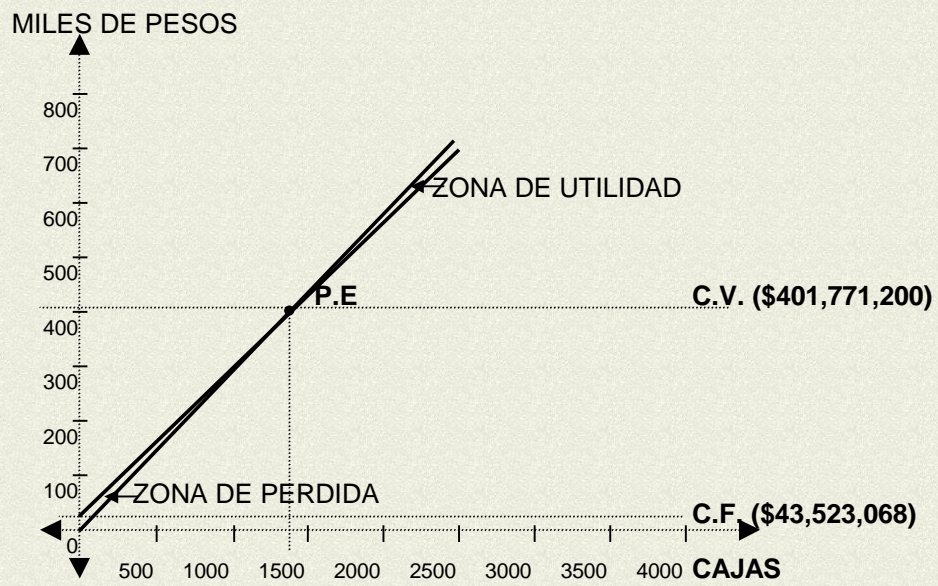
$$P.E. = \frac{\$410.038.244}{144.900 - 117.556}$$

$$P.E. = \frac{\$410.038.244}{27.344}$$

$$\mathbf{P.E. = 1.416 \text{ cajas}}$$

12.3.1.1 Determinación del punto de equilibrio.

Figura No. 7
Determinación del punto de equilibrio.



12.4 PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO (Términos Corrientes).

Cuadro No. 24
Programa de inversión fija del proyecto (Términos Corrientes).

CONCEPTOS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Terreno y obras físicas	\$ 9.210.000					
Maquinaria y equipo	\$ 10.090.000					
Muebles	\$ 2.185.000					
Activos intangibles	\$ 1.425.000					
Total inversión fija	\$ 22.910.000					

12.4.1 Inversión en Capital de Trabajo (Términos Corrientes)

Cuadro No. 25
Inversión en capital de trabajo (Términos Corrientes)

DETALLES	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Capital de Trabajo	37.435.009	2.620.451	2.803.882	3.000.154	3.210.165	49.069.660

Los anteriores requerimientos de capital de trabajo de los años 1 al 4, son asumidos para compensar la pérdida de poder adquisitivo, para mantener el valor real.

El capital de trabajo recibe un incremento del 7% de acuerdo con la inflación en los cinco primeros años de operación.

Para calcular el Capital de Trabajo se utiliza el método del ciclo productivo:

12.4.2 Calculo del Capital de Trabajo y Operaciones Anexas

Cuadro No. 26
Calculo del Capital de Trabajo y Operaciones Anexas

CAPITAL DE TRABAJO Y OPERACIONES ANEXAS	
Mano de Obra	\$ 6.322.884
Costo de materiales e insumos	\$ 410.038.244
Costos Administrativos	\$ 26.921.763
Costo de Venta	\$ 5.937.221
Costo de operación anual	\$ 449.220.112

C.O = 30 días

C.O.P.D = Costo Operacionales anuales

360

C.O.P.D = 449.220.112

360

C.O.P.D = \$1.247.833

ICT = 30(1.247.833)

ICT = CO (COPD)

ICT = \$37.435.009

12.4.3 Programa de inversiones (Términos Corrientes)

Cuadro No. 27
Programa de inversiones (Términos Corrientes)

CONCEPTO	ANOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Fija	\$- 22.910.000					
Capital de Trabajo	\$- 37.435.009	\$ 2.620.451	\$ 2.803.882	\$ 3.000.154	\$ 3.210.165	\$ 49.069.660
Total de Inversiones	\$- 60.345.009	\$ 2.620.451	\$ 2.803.882	\$ 3.000.154	\$ 3.210.165	\$ 49.069.660

12.4.4 Valor residual de activos al finalizar el periodo de evaluación (Términos Corrientes).

Cuadro No. 28
Valor residual de activos al finalizar el periodo de evaluación (Términos Corrientes).

CONCEPTO	ANOS				
	1	2	3	4	5
Activos Fijos					\$ 4.692.500
Capital de Trabajo					\$ 49.069.660
Total Valor Residual					\$ 53.762.160

12.4.5 Flujo neto de inversiones sin financiamiento a Través de Créditos.

**Cuadro No.29
Flujo neto de inversiones sin financiamiento a través de créditos.**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Fija	\$ -22.910.000					
Capital de Trabajo	\$ -37.435.009	\$ -2.620.451	\$ -2.803.882	\$ -3.000.154	\$ -3.210.165	
Valor Residual						\$ 49.069.660
Flujo Neto de Inversión	\$ -60.345.009	\$ -2.620.451	\$ -2.803.882	\$ -3.000.154	\$ -3.210.165	\$ 49.069.660

12.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS PROGRAMA DE INGRESOS (Términos Corrientes).

**Cuadro No.30
Presupuesto de ingresos programa de ingresos (Términos Corrientes).**

CONCEPTO	ANOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas Ventas de productos	\$ 505.411.200	\$ 540.789.984	\$ 578.645.283	\$ 619.150.453	\$ 662.490.984
Total Ingresos	\$ 505.411.200	\$ 540.789.984	\$ 578.645.283	\$ 619.150.453	\$ 662.490.984

12.6 PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES (Términos Corrientes).

Cuadro No.31
Presupuesto de costos operacionales (términos corrientes).

CONCEPTO	ANOS				
	1	2	3	4	5
Costos de produccion	\$ 415.908.244	\$ 445.021.821	\$ 476.173.349	\$ 509.505.483	\$ 545.170.867
Gastos Administrativos	\$ 26.921.763	\$ 28.806.286	\$ 30.822.726	\$ 32.980.317	\$ 35.288.940
Gastos de Venta	\$ 5.937.221	\$ 6.352.826	\$ 6.797.524	\$ 7.273.351	\$ 7.782.486
Total Costos Operacionales	\$ 448.767.228	\$ 480.180.934	\$ 513.793.599	\$ 549.759.151	\$ 588.242.292

Los gastos de administración y gastos de ventas que para este proyecto son Costo Fijo, reciben un incremento en un 7% de acuerdo a la inflación en los primeros años de operación del proyecto; para los costos de producción aparte de esta variante, se va duplicando la cantidad de dinero que se necesita para comprar las Flores, también el dinero para el estok cada año; sendo así un proyecto productivo y con ventajas competitivas de clase mundial.

12.7 FLUJOS DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO.

12.7.1 Flujo Neto de Operación – sin Financiamiento (Términos Corrientes).

Cuadro No.32
Flujo Neto de Operación – sin Financiamiento (Términos Corrientes).

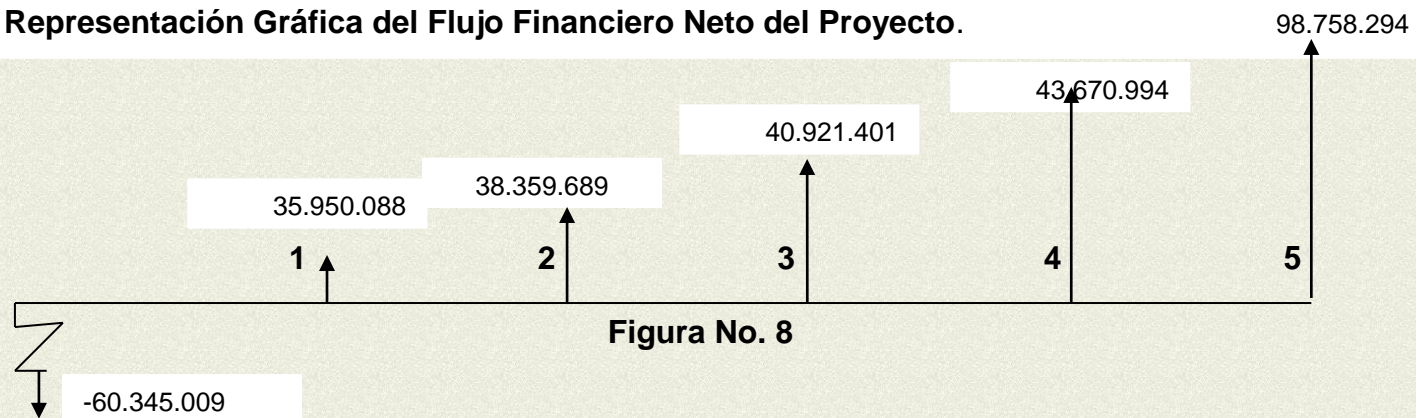
CONCEPTO	ANOS				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 505.411.200	\$ 540.789.984	\$ 578.645.283	\$ 619.150.453	\$ 662.490.984
Total Costos Operacionales	\$ 448.767.228	\$ 480.180.934	\$ 513.793.599	\$ 549.759.151	\$ 588.242.292
Utilidad Operacional	\$ 56.643.972	\$ 60.609.050	\$ 64.851.684	\$ 69.391.301	\$ 74.248.692
Menos impuestos 35%	\$ 19.825.390	\$ 21.213.168	\$ 22.698.089	\$ 24.286.955	\$ 25.987.042
Utilidad Neta	\$ 36.818.582	\$ 39.395.883	\$ 42.153.594	\$ 45.104.346	\$ 48.261.650
Mas depreciación	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500
Menos 3 x 1000	\$ 110.456	\$ 118.188	\$ 126.461	\$ 135.313	\$ 144.785
Mas amortización de diferidos	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000
Flujo Neto de Operación	\$ 38.570.538	\$ 41.155.570	\$ 43.921.555	\$ 46.881.159	\$ 50.047.935

12.7.2 Flujo Financiero Neto del Proyecto (Términos Corriente).

**Cuadro No.33
Flujo Financiero Neto del Proyecto (Términos Corriente).**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Inversión	\$ -60.345.009	\$ -2.620.450	\$ -2.803.881	\$ -3.000.154	\$ -3.210.165	\$ 48.710.359
Flujo Neto de Operación		\$ 38.570.538	\$ 41.155.570	\$ 43.921.555	\$ 46.881.159	\$ 50.047.935
Flujo Financiero neto del proyecto	\$ -60.345.009	\$ 35.950.088	\$ 38.351.689	\$ 40.921.401	\$ 43.670.994	\$ 98.758.294

12.7.2.1 Representación Gráfica del Flujo Financiero Neto del Proyecto.



12.8 BALANCE GENERAL INICIAL Y ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

12,8,1 BALANCE GENERAL INICIAL "COMERCIALIZADORA DE FLORES EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR Ltda. 31 de diciembre 2003

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTES

Caja	\$	34.613.560	
Inventario de insumos	\$	928.400	
Total Activos Corrientes			\$ 35.541.960

ACTIVOS FIJOS

Maquinaria y Equipo	\$	10.090.000	
Obras Físicas	\$	9.210.000	
Muebles	\$	2.185.000	
Total Activos Fijos			\$ 21.485.000

ACTIVOS DIFERIDOS

Gastos Preoperativos	\$	1.425.000	
Total Activos Diferidos			\$ 1.425.000

Total Activos **\$ 58.451.960**

PASIVOS

Total Pasivos 0 0

PATRIMONIO

Capital	\$	58.451.960	
Total Patrimonio			\$ 58.451.960
Total Pasivo más Patrimonio			\$ 58.451.960

12,8,2 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
"COMERCIALIZADORA DE DE FLORES EN LA CIUDAD DE
VALLEDUPAR " Ltda. 1 de enero a 31 de diciembre del 2003

Ventas		\$	505.411.200
Costo de Producción		\$	<u>415.908.244</u>
Utilidad bruta en ventas		\$	89.502.956
Gastos de Administración	\$	26.921.763	
Gastos de Venta	\$	<u>5.937.221</u>	
Total Gastos Operacionales		\$	<u>32.858.984</u>
Utilidad operacional		\$	56.643.972
Impuestos 35%		\$	19.825.390
Utilidad Neta		\$	<u>36.818.582</u>

12.9 FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO (TerminosCorrientes)

**Cuadro No.34
Flujo financiero neto del proyecto.**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Financiero neto del proyecto	\$ -60.345.009	\$ 35.950.008	\$ 38.351.689	\$ 40.921.401	\$ 43.670.994	\$ 98.758.294
Flujo Financiero neto del proyecto	\$ -60.345.009	\$ 35.950.008	\$ 38.351.689	\$ 40.921.401	\$ 43.670.994	\$ 98.758.294

Con el Flujo Financiero Neto del proyecto, se procedió al cálculo del Valor Presente Neto, apoyado en la Hoja de Cálculo de Excel.

VPN = \$67.216.416

Como el Valor Presente Neto es positivo, se recomienda invertir; la rentabilidad que produce es superior a la tasa de interés de oportunidad del **24%**.

Los recursos invertidos en el proyecto generan una riqueza de **\$67.216.416**

TIR = 63%

La verdadera rentabilidad del proyecto es de 40.16%, muy por encima de la tasa que se tomó para la evaluación de este proyecto del 24%.

Por todo lo anterior, se recomienda invertir la suma de \$60.345.009 ya que el proyecto ha demostrado una factibilidad desde el punto de vista financiero es atractivo, frente a otras opciones de inversión en el mercado financiero.

12.10 FUENTES Y CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO

Esté proyecto será financiado por fuentes internas y externas, aprovechando la disponibilidad de recursos con que cuentan los accionistas en el momento de constituir la sociedad.

La Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar, realizará un crédito por valor de \$10.000.000.00, plazo: 5 años, tasa de interés efectivo anual del 7.9% en el Banco Ganadero Plaza Loperena, oficina donde se encuentran vinculados los socios a través de un portafolio de servicios. Esté valor corresponde al 16.9% los cuales son necesarios para completar el monto total del proyecto. La diferencia que es del 83.1% o sea la suma de \$50.345.00900, se cubrirán con los aportes de los accionistas.

Los recursos provenientes del crédito serán aplicados a la compra de materia prima entre otros, por valor de \$10.000.000.00.

12.10.1 Programa de amortización del crédito (Términos Corrientes).

**Cuadro No.35
Programa de amortización del crédito (Términos Corrientes).**

Periodo	Pago anual	Interes sobre saldo 7,9%	Valor disponible para amortizar	Saldos a final del año
Inicial				\$ 10.000.000
1	\$ -2.501.925	\$ 796.000	\$ -1.705.925	\$ 8.294.075
2	\$ -2.501.925	\$ 660.208	\$ -1.841.716	\$ 6.452.359
3	\$ -2.501.925	\$ 513.608	\$ -1.988.317	\$ 4.464.042
4	\$ -2.501.925	\$ 355.338	\$ -2.146.587	\$ 2.317.455
5	\$ -2.501.925	\$ 184.469	\$ -2.317.455	\$ 0

12.10.2 Programa de Inversión del proyecto con financiamiento (Términos Constantes).

**Cuadro No.36
Programa de Inversión del proyecto con financiamiento (Términos Constantes).**

CONCEPTO	FUENTE	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
Activos Fijos Tangitables		\$ 30.685.000					
Obra Física	Pr	\$ -9.210.000					
Maquinaria y Equipo	Pr	\$ -10.090.000					
Muebles	Pr	\$ 1.385.000					
Materia Prima Flores	Cr	\$ -10.000.000					
Activos Diferidos		\$ 38.860.009					
Gastos preoperativos	Pr	\$ 1.425.000					
Capital de trabajo	Pr	\$ 37.435.009	\$ 2.620.451	\$ 2.803.882	\$ 3.000.154	\$ 3.210.165	
TOTAL DE INVERSIONES		\$ 69.545.009	\$ 2.620.451	\$ 2.803.882	\$ 3.000.154	\$ 3.210.165	

12.10.3 Flujo neto de inversiones, para el proyecto con financiamiento (Términos Corrientes).

**Cuadro No.37
Flujo neto de inversiones, para el proyecto con financiamiento (Términos Corrientes).**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Fija	\$ -22.910.000					
Capital de Trabajo	\$ -37.435.009	\$ -2.620.451	\$ -2.803.882	\$ -3.000.154	\$ -3.210.165	
Valor Residual						\$ 49.069.660
Flujo Neto de Inversión	\$ -60.345.009	\$ -2.620.451	\$ -2.803.882	\$ -3.000.154	\$ -3.210.165	\$ 49.069.660

No sufre ninguna modificación con respecto al flujo neto de inversiones sin financiamiento

12.10.4 Flujo neto de operación con financiamiento (Términos Corrientes).

Cuadro No.38
Flujo neto de operación con financiamiento (Términos Corrientes).

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 505.411.200	\$ 540.789.984	\$ 578.645.283	\$ 619.150.453	\$ 662.490.984
Menos Costos operacionales	\$ 448.767.228	\$ 480.180.934	\$ 513.793.599	\$ 549.759.151	\$ 588.242.292
Utilidad operacional	\$ 56.643.972	\$ 60.609.050	\$ 64.851.684	\$ 69.391.302	\$ 74.248.692
Menos Gastos financieros	\$ 796.000	\$ 660.208	\$ 513.607	\$ 355.337	\$ 184.469
Utilidad gravable	\$ 55.847.972	\$ 59.948.842	\$ 64.338.077	\$ 69.035.965	\$ 74.064.223
Menos impuestos 35%		\$ 20.982.095	\$ 22.518.327	\$ 24.162.588	\$ 25.922.478
Menos 3 x1,000		\$ 179.847	\$ 193.014	\$ 207.108	\$ 222.193
Utilidad neta	\$ 55.847.972	\$ 38.786.901	\$ 41.626.736	\$ 44.666.269	\$ 47.919.552
Más depreciaciones	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500
Más amortización diferidos	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000
Flujo neto de operación	\$ 57.489.472	\$ 40.428.401	\$ 43.268.236	\$ 46.307.769	\$ 49.561.052

12.10.5 Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (Términos Corrientes).

**Cuadro No.39
Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (Términos Corrientes).**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversiones	-60.345.009	-2.620.451	-2.803.882	-3.000.154	-3.210.165	49.009.660
Flujo neto de Operación		57.489.472	40.428.401	43.268.236	46.307.769	49.561.052
Flujo financiero neto del proyecto	\$ -60.345.009	\$ 54.869.021	\$ 37.624.519	\$ 40.268.082	\$ 43.097.604	\$ 98.570.712

12.10.5.1 Representación gráfica Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (Términos Corrientes).

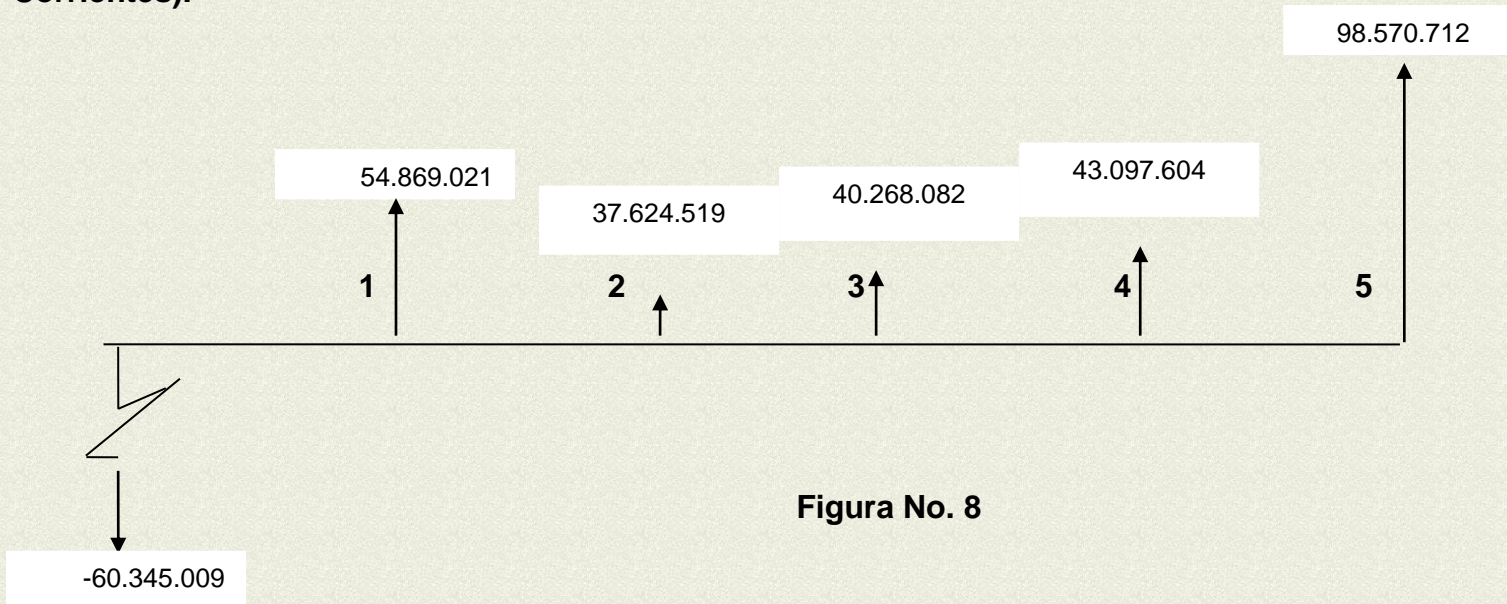


Figura No. 8

12.11 FLUJOS FINANCIEROS PARA EL INVERSIONISTA

12.11.1 Flujo neto de inversiones para el inversionista (Términos Corrientes).

Cuadro No.40
Flujo neto de inversiones para el inversionista (Términos Corrientes).

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	-22.910.000					
Capital de trabajo	-37.435.009	-2.620.451	-2.803.882	-3.000.154	-3.210.165	
Valor residual						-49.069.660
Crédito	10.000.000					
Amortización Crédito		-1.705.924	-1.841.716	-1.988.316	-2.146.586	-2.317.455
Flujo neto de Inversiones	-50.345.009	-4.326.375	-4.645.598	-4.988.470	-5.356.751	-51.387.115

12.11.2 Flujo de fondos para el Inversionista (Términos Corrientes).

**Cuadro No.41
Flujo de fondos para el Inversionista con Financiamiento (Términos Corrientes).**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujoo neto de Inversión	\$ -50.345.009	\$ -4.325.375	\$ -4.645.598	\$ -4.988.470	\$ -5.356.751	\$ 51.387.115
Flujo neto de Operación		\$ 57.489.472	\$ 40.428.401	\$ 43.268.236	\$ 46.307.769	\$ 49.561.052
Flujo financiero neto	\$ -50.345.009	\$ 53.164.097	\$ 35.782.803	\$ 38.279.766	\$ 40.951.018	\$ 100.948.167

12.11.2.1 Representación gráfica Flujo de fondos para el Inversionista (Términos Corrientes).

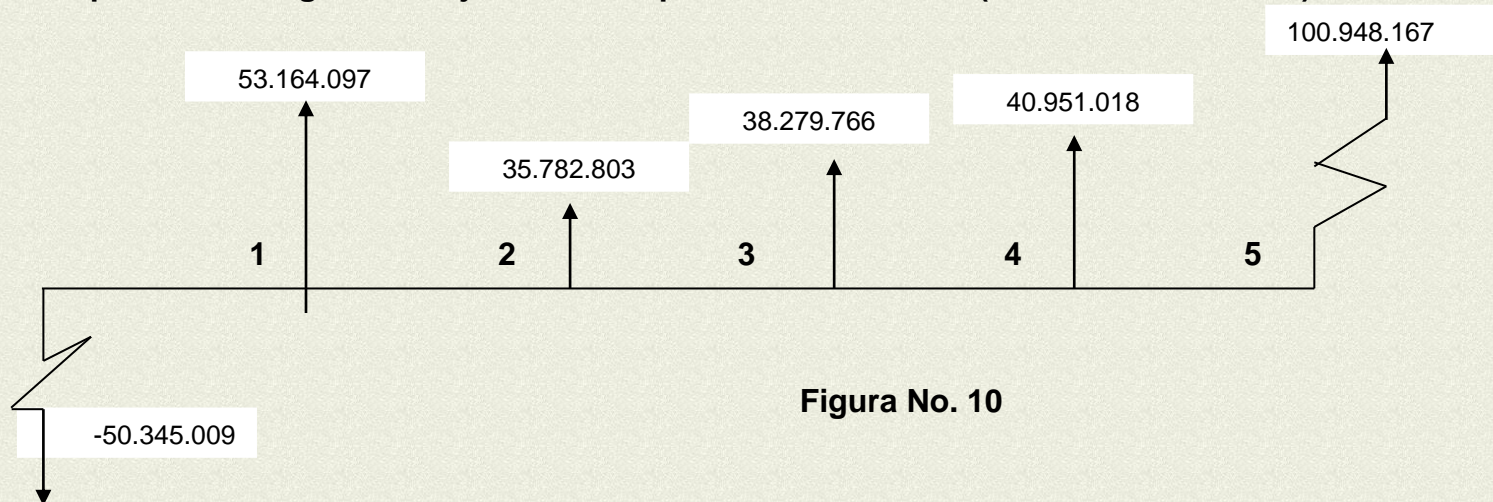


Figura No. 10

12.12 BALANCE GENERAL INICIAL Y ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

12,12,1 BALANCE GENERAL INICIAL "COMERCIALIZADORA DE

**FLORES EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR Ltda. 31 de diciembre 2003
ACTIVOS**

ACTIVOS CORRIENTES

Caja	\$	35.382.400		
Inventario de insumos	\$	928.400		
Total Activos Corrientes			\$	36.310.800

ACTIVOS FIJOS

Maquinaria y Equipo	\$	10.090.000		
Obras Físicas	\$	9.210.000		
Muebles	\$	2.185.000		
Total Activos Fijos			\$	21.485.000

ACTIVOS DIFERIDOS

Gastos Preoperativos	\$	1.425.000		
Total Activos Diferidos			\$	1.425.000

Total Activos

\$ 59.220.800

PASIVOS

Pasivos a largo plazo				
Prestamos por pagar	\$	10.000.000		
Total Pasivos a largo plazo			\$	10.000.000

PATRIMONIO

Capital	\$	49.220.800		
Total Patrimonio			\$	49.220.800
Total Pasivo más Patrimonio			\$	59.220.800

12,12,2 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

"COMERCIALIZADORA DE DE FLORES EN LA CIUDAD DE

VALLEDUPAR " Ltda. 1 de enero a 31 de diciembre del 2003

Ventas		\$	505.411.200
Costo de Producción		\$	<u>415.908.244</u>
Utilidad bruta en ventas		\$	89.502.956
Gastos de Administración	\$	26.921.763	
Gastos de Venta	\$	<u>5.937.221</u>	
Total Gastos Operacionales		\$	<u>32.858.984</u>
Utilidad operacional		\$	56.643.972
Impuestos 35%		\$	19.825.390
Utilidad Neta		\$	36.818.582

13. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero de la Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar, ha sido desarrollado con mucha objetividad y profesionalismo en su etapa (0) el flujo financiero neto para el Inversionista es de (\$49.220.800.00), correspondiente al capital que están arriesgando los inversionistas en este proyecto.

Es un proyecto que a medida que avanzan los años operativos muestra un comportamiento aceptable, dando un flujo financiero neto para sus inversionistas de \$100.948.167.00, con lo cual recupera la rentabilidad de su dinero, lo más importante es posicionarnos en el mercado para que al llegar al quinto año de operaciones La Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar, adquiera ventajas competitivas de clase mundial.

Por lo cual como proyectistas e inversionistas avalamos el estudio financiero de este proyecto.

14. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

14.1 EVALUACION FINANCIERA.

Con esta evaluación se pretende establecer si se justifica realizar la inversión de este proyecto. Su rentabilidad para el proyecto y para el inversionista.

14.1.1 Calculo del Valor Presente Neto (V.P.N) Sin Financiamiento.

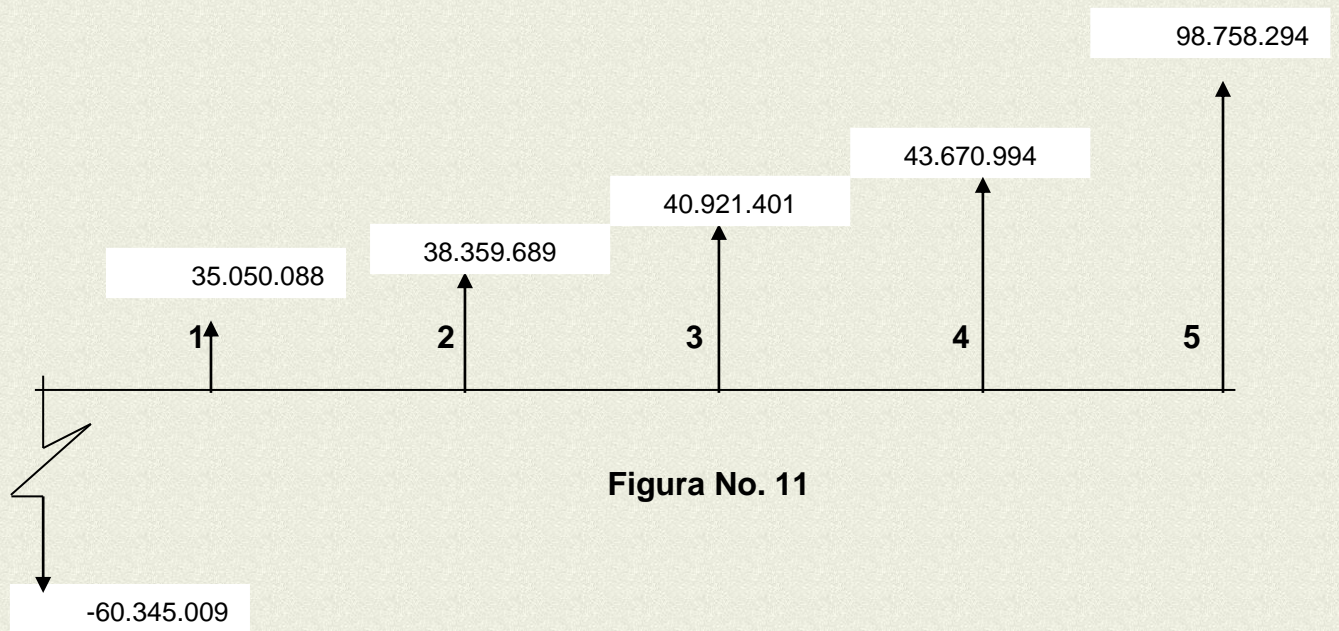


Figura No. 11

En este proyecto asumimos una tasa de interés de oportunidad del 24%

14.1.2 Cálculo del valor presente neto para el inversionista sin financiamiento.

Se asume la misma tasa de oportunidad para el inversionista, dentro del mismo flujo financiero, dando los mismos resultados.

$$\text{V.P.N. (i = 24\%)} = \$67.216.416$$

14.1.3 Cálculo del V.P.N. para la situación con financiamiento

14.1.3.1 Cálculo de la tasa mínima de rendimiento para el proyecto con financiamiento.

Cuadro No.42
Cálculo de la tasa mínima de rendimiento para el proyecto con financiamiento.

FUENTES	VALOR FINANCIERO	COSTO		PARTICIPACION FUENTE	PONDERACION
		ANTES DE IMPUESTOS	DESPUES DE IMPUESTOS		
Deuda	\$ 10.000.000	7,9%	6,004%	0,17	1,013%
Aporte inversionistas	\$ 50.345.009	15,453%	15,453%	0,83	12,84%
TOTAL	\$ 60.345.009			1	13,853%

El costo después de impuesto se ha calculado mediante:

$$K^1 = K (1-t) \quad (1+ic) = (1+ir) (1+ii)$$

$$K^1 = 0.079 (1-0.24) \quad ic = (1+ir) (1+ii) -1$$

$$K^1 = \mathbf{0.06004} \quad ic = (1+ 0.079) (1+ 0.7) -1$$

$$\mathbf{ic = 0.8343}$$

$$1 + ir = 1 + ic / 1 + ii$$

$$ir = (1 + ic / 1 + ii) - 1$$

$$ir = (1 + 0.8343 / 1 + 0.7) -1$$

$$\mathbf{ir = 0.079}$$

$$\mathbf{ir = 7.9\%}$$

En donde:

K^1 = Costo de la deuda después de impuesto

K = Costo de la deuda antes de impuesto

t = tasa de tributación

i = tasa de corrección monetaria

ic = tasa de interés en términos corrientes

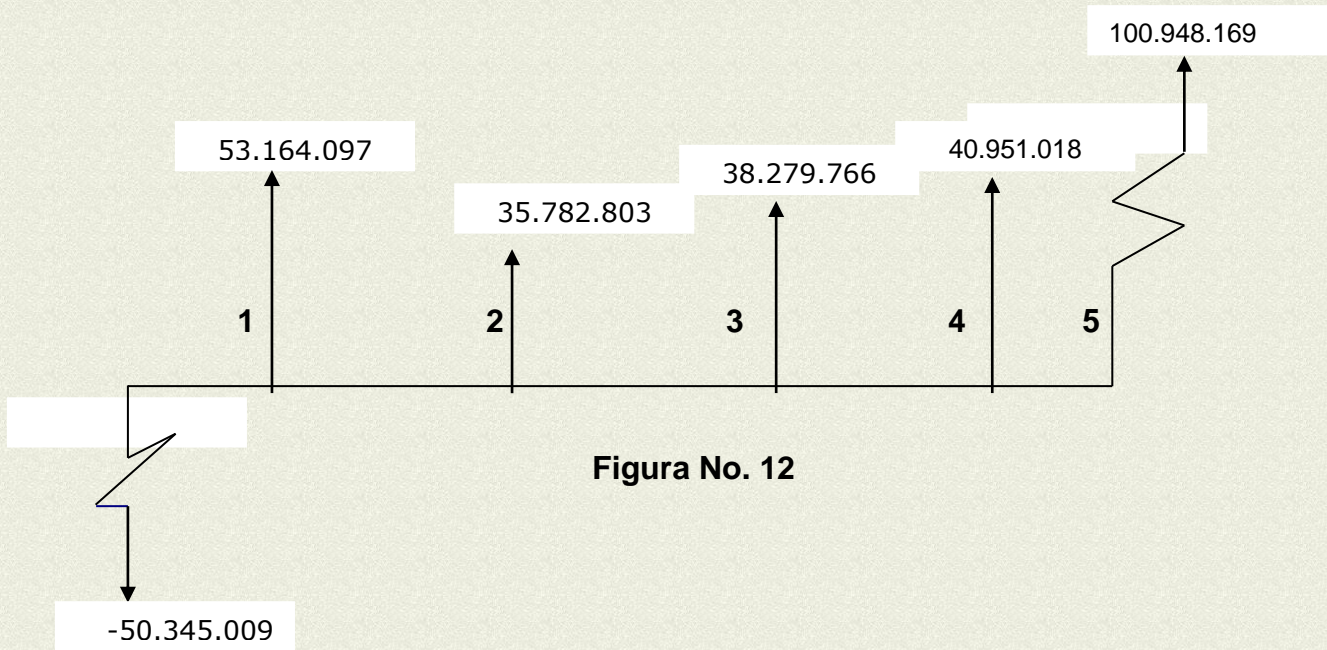
ir = tasa de interés constante o real

ii = tasa de inflacionaria

Con el Flujo Financiero Neto del proyecto, se procedió al cálculo del Valor Presente Neto, para el proyecto con financiamiento , apoyado en la Hoja de Cálculo de Excel.

V.P.N (i = 0.1385) = \$106.180.183

14.1.4 V.P.N Para el Flujo Financiero Neto del Inversionista.



Con el Flujo Financiero Neto del proyecto para el Inversionista, se procedió al cálculo del Valor Presente Neto, apoyado en la Hoja de Cálculo de Excel.

V.P.N (i = 0.67) = \$15.575.939

Al comparar los resultados obtenidos en cada situación tenemos:

SITUACIÓN SIN FINANCIAMIENTO

V.P.N. para el proyecto \$67.216.416

V.P.N. para el inversionista \$67.216.416

Se demuestra así la favorabilidad del proyecto, además presento la siguiente T.I.R

SITUACIÓN CON FINANCIAMIENTO

V.P.N. para el proyecto \$106.180.183

V.P.N. para el inversionista \$15.575.939

Con estos datos podemos concluir que en todas las situaciones el V.P.N. indica que el proyecto es recomendable, al tener un valor positivo y rentable.

Se puede observar que la situación más favorable, en este caso, es para el Proyecto con Financiamiento, al inversionista le conviene el proyecto sin financiamiento.

14.1.4.1 Representación Gráfica del V.P.N. para el inversionista con Financiamiento.

Tomemos el caso para el inversionista con financiamiento si asumimos varias tasas de interés de oportunidad, tenemos:

V.P.N. ($i = 0$) = 218.780.842

V.P.N. ($i = 0.1$) = 146.969.673

V.P.N. ($i = 0.2$) = 101.277.775

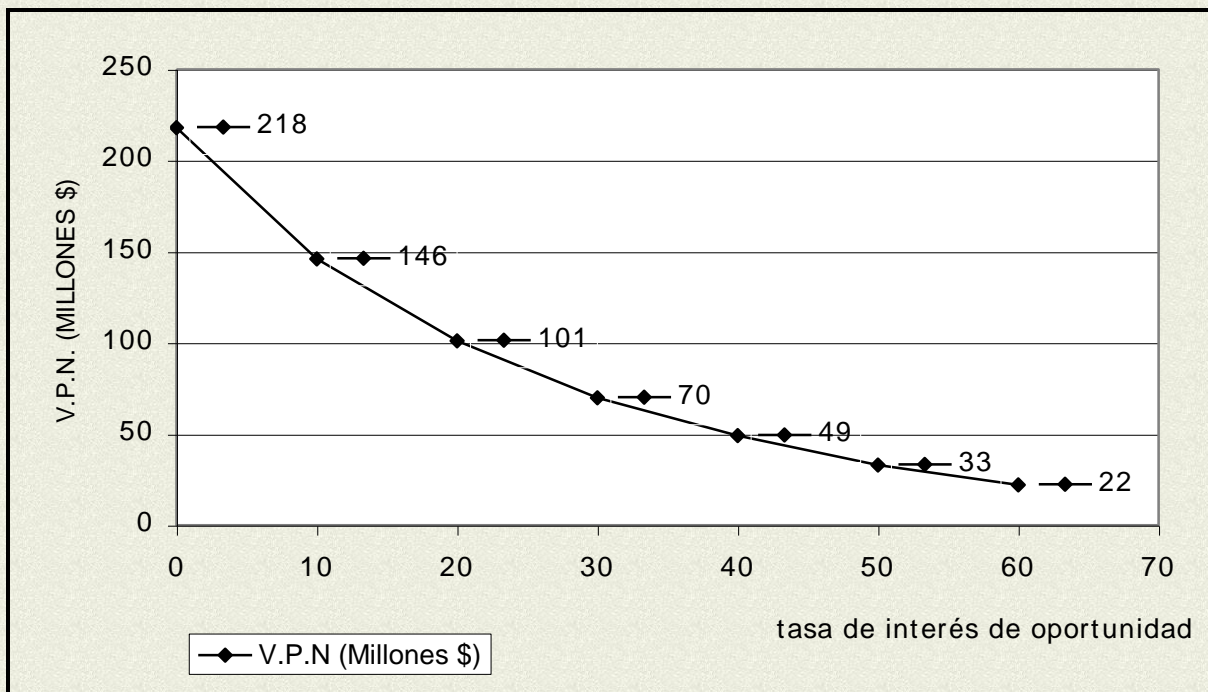
V.P.N. ($i = 0.3$) = 70.673.726

V.P.N. ($i = 0.4$) = 49.265.856

V.P.N. ($i = 0.5$) = 33.726.019

V.P.N. ($i = 0.6$) = 22.081.652

Figura No. 12
Representación gráfica del V.P.N. para el inversionista con financiamiento.



14.1.4.2 Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento (términos corriente).

**Cuadro No.43
Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento (términos corriente).**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Inversión	\$ -60.345.009	\$ -2.620.450	\$ -2.803.881	\$ -3.000.154	\$ -3.210.165	\$ 48.710.359
Flujo Neto de Operación		\$ 38.570.538	\$ 41.155.570	\$ 43.921.555	\$ 46.881.159	\$ 50.047.935
Flujo Financiero neto del proyecto	\$ -60.345.009	\$ 35.950.088	\$ 38.351.689	\$ 40.921.401	\$ 43.670.994	\$ 98.758.294

14.1.5 Calculo de la TIR sin Financiamiento

V.P.N. (i = TIR)

V.P.N. (i = 0.13) = \$110.251.094

V.P.N. (i = 0.14) = \$105.470.013

Con el Flujo Financiero Neto del proyecto sin financiamiento, se procedió al cálculo TIR, apoyado en la Hoja de Cálculo de Excel.

14.1.6 TIR del proyecto sin financiamiento

Cuadro No.44
TIR del proyecto sin financiamiento

Diferencia entre tasas utilizadas	Suma de VPN (en valores absolutos)	% del total	Ajuste al 1% de diferencia de tasas	Tasas utilizadas ajustadas TIR
14%	105.470.045	48,89	0,488918376	63%
13%	110.251.127	51,11	0,511081624	63%
1%	215.721.172	100%	1	

El resultado indica que la TIR es de 63% esto indica que los dineros que se mantienen en el proyecto, tienen una alta rentabilidad del 63 %. Por otra parte como la TIR es mayor que la tasa de oportunidad se puede afirmar que el

proyecto es factible financieramente. Es importante resaltar que la tasa de interés de oportunidad con la cual se halló el V.P.N. fue del 24% sin financiamiento.

14.1.7 Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (Términos Corrientes).

**Cuadro No.45
Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (Términos Corrientes).**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversiones	-60.345.009	-2.620.451	-2.803.882	-3.000.154	-3.210.165	49.009.660
Flujo neto de Operación		57.489.472	40.428.401	43.268.236	46.307.769	49.561.052
Flujo financiero neto del proyecto	\$ -60.345.009	\$ 54.869.021	\$ 37.624.519	\$ 40.268.082	\$ 43.097.604	\$ 98.570.712

V.P.N (i = 0.34) = \$54.473.735

V.P.N (i = 0.35) = \$52.267.728

14.1.8 TIR del proyecto con financiamiento

Cuadro No.46
TIR del proyecto con financiamiento

Diferencia entre tasas utilizadas	Suma de VPN (en valores absolutos)	% del total	Ajuste al 1% de diferencia de tasas	Tasas utilizadas ajustadas TIR
35%	52.267.728	48,97	0,489666588	77%
34%	54.473.735	51,03	0,510333412	77%
1%	106.741.463	100%	1	

Esto indica que para el inversionista genera un rendimiento del 77% siendo un proyecto altamente productivo y atractivo.

TIR = 77%

14.1.9 Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento para el inversionista (Términos Corrientes).

Cuadro No.47
Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento para el inversionista (Términos Corrientes).

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujoo neto de Inversión	\$ -50.345.009	\$ -4.325.375	\$ -4.645.598	\$ -4.988.470	\$ -5.356.751	\$ 51.387.115
Flujo neto de Operación		\$ 57.489.472	\$ 40.428.401	\$ 43.268.236	\$ 46.307.769	\$ 49.561.052
Flujo financiero neto	\$ -50.345.009	\$ 53.164.097	\$ 35.782.803	\$ 38.279.766	\$ 40.951.018	\$ 100.948.167

V.P.N (i = 0.28) = \$75.917.973

V.P.N (i = 0.29) = \$73.248.698

14.1.10 TIR para el inversionista

Cuadro No.48
TIR para el inversionista

Diferencia entre tasas utilizadas	Suma de VPN (en valores absolutos)	% del total	Ajuste al 1% de diferencia de tasas	Tasas utilizadas ajustadas TIR
29%	73.248.698	49,11	0,49105271	91%
28%	75.917.973	50,89	0,50894729	91%
1%	149.166.671	100%	1	

Esto nos indica que para el inversionista genera un rendimiento del 91% siendo un proyecto altamente productivo y atractivo.

TIR = 91%

Situación sin financiamiento.

Proyecto —————> 63%

Inversionista —————> 63%

Situación con financiamiento

Proyecto —————> 77%

Inversionista —————> 91%

- * Si tomamos la tasa de interés de oportunidad utilizada en cada caso y la comparamos con cada TIR, esta nos indica que en todos los casos el proyecto es recomendable o sea, que es factible financieramente.

Todas las TIR están por encima de la tasa de interés de oportunidad, también identificamos que la tasa de interés del crédito esta por debajo de la máximo tasa de interés que soporta el proyecto.

14.1.11 Análisis de Sensibilidad

Presupuesto de ingresos por ventas de Flores ante de una disminución del 2.5% en precio de ventas.

Cuadro No.49
Análisis de sensibilidad

Producción Año	Caja de Flores	INGRESOS ORIGINALES		NUEVOS INGRESOS		DIFERENCIA EN INGRESOS
		Precio Unit.	Valor	Precio Unit.	Valor	
1	3.488	\$ 144.900	\$ 505.411.200	\$ 141.278	\$ 492.777.664	\$ 12.633.536
2	3.837	\$ 155.043	\$ 540.789.984	\$ 137.746	\$ 528.531.402	\$ 24.892.118
3	4.220	\$ 165.896	\$ 578.645.283	\$ 134.302	\$ 566.754.440	\$ 36.782.961
4	4.643	\$ 177.509	\$ 619.150.453	\$ 130.944	\$ 607.972.992	\$ 47.960.422
5	5.107	\$ 189.934	\$ 662.490.984	\$ 127.671	\$ 652.015.797	\$ 58.435.609

14.1.11.1 Programa de ingresos ante disminución del 2.5% en Precio de ventas de Flores.

Cuadro No.50

Programa de ingresos ante disminución del 2.5% en Precio de ventas de Flores.

CONCEPTO	ANOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas Ventas de productos	\$ 492.777.664	\$ 528.531.402	\$ 566.754.440	\$ 607.972.992	\$ 652.015.797
Total Ingresos	\$ 492.777.664	\$ 528.531.402	\$ 566.754.440	\$ 607.972.992	\$ 652.015.797

Al variar los ingresos, modifican tanto el flujo neto de operación como el financiero neto, por lo tanto debemos hallar nuevos valores.

14.1.11.2 Programa de ingresos ante disminución del 2.5% en precio de venta en cajas de Flores.

Cuadro No.51

Programa de ingresos ante disminución del 2.5% en precio de venta en cajas de Flores.

CONCEPTO	ANOS				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 492.777.664	\$ 528.531.402	\$ 566.754.440	\$ 607.972.992	\$ 652.015.797
Total Costos Operacionales	\$ 445.294.268	\$ 476.464.867	\$ 509.817.407	\$ 545.504.626	\$ 583.689.950
Utilidad Operacional	\$ 47.483.396	\$ 52.066.535	\$ 56.937.033	\$ 62.468.366	\$ 68.325.847
Menos impuestos 35%	\$ -	\$ 18.223.287	\$ 19.927.961	\$ 21.863.928	\$ 23.914.047
Utilidad Neta	\$ 47.483.396	\$ 33.843.248	\$ 37.009.071	\$ 40.604.438	\$ 44.411.801
Mas depreciación	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500
Mas amortización de diferidos	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000
Flujo Neto de Operación	\$ 49.124.896	\$ 35.484.748	\$ 38.650.571	\$ 42.245.938	\$ 46.053.301

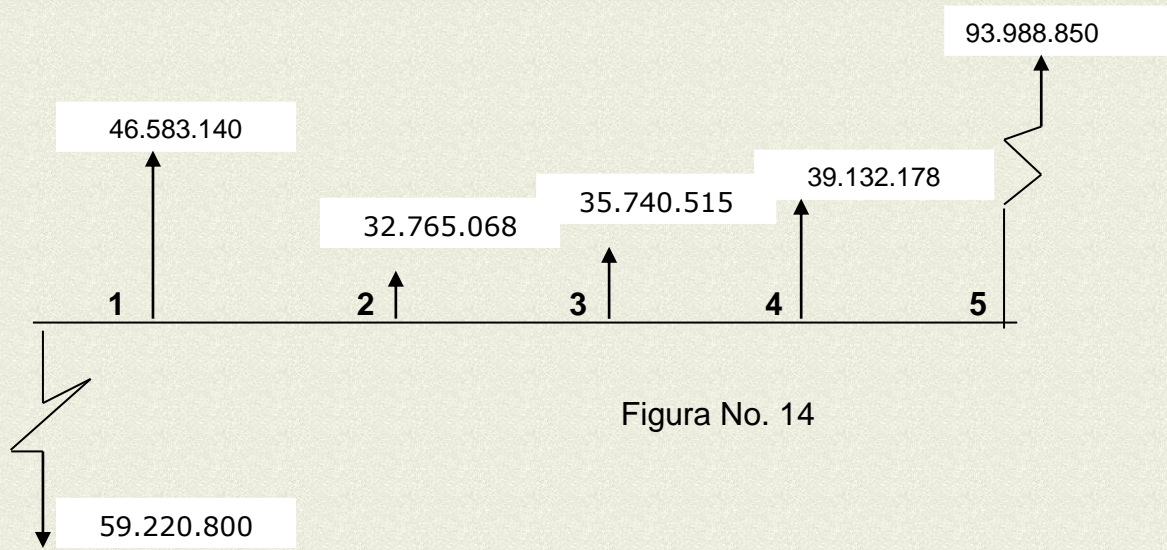
14.1.11.3 Flujo financiero neto del proyecto – sin financiamiento – con disminución del 2.5% en precio de venta en cajas de Flores.

Cuadro No.52

Flujo financiero neto del proyecto – sin financiamiento – con disminución del 2.5% en precio de venta en cajas de Flores.

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Inversión	\$ -59.220.800	\$ -2.541.756	\$ -2.719.679	\$ -2.910.056	\$ -3.113.760	\$ 47.935.549
Flujo Neto de Operación		\$ 49.124.896	\$ 35.484.748	\$ 38.650.571	\$ 42.245.938	\$ 46.053.301
Flujo Financiero neto del proyecto	\$ -59.220.800	\$ 46.583.140	\$ 32.765.069	\$ 35.740.515	\$ 39.132.178	\$ 93.988.850

14.1.11.4 Representación gráfica del nuevo flujo de fondos.



14.1.12 Nuevos Valores Presente Neto V.P.N.

Con estos nuevos datos podemos proceder a hallar los nuevos valores para el valor presente neto V.P.N y la TIR:

V.P.N. = Valor presente de ingreso - Valor presente de egresos

$$\mathbf{V.P.N (i = 0.24) = \$71.500.074,62 - \$67.013.124 = \$4.486.950,62}$$

Al comparar los valores V.P.N. correspondientes a las dos situaciones (Sin baja de precio y con disminución del 2.5% establecemos una disminución en la utilidad que genera el proyecto, en pesos actuales, de **\$4.486.950,62**. Esté sería el valor que se dejaría de ganar si presenta dicha disminución en el presión de venta de las cajas de Flores.

14.1.13 TIR

$$\mathbf{V.P.N (i = 0.35) = \$40.532.008}$$

$$\mathbf{V.P.N (i = 0.34) = \$42.536.020}$$

14.1.13.1 Interpolación

Cuadro No.53
Interpolación

Diferencia entre tasas utilizadas	Suma de VPN (en valores absolutos)	% del total	Ajuste al 1% de diferencia de tasas	Tasas utilizadas ajustadas TIR
35%	40.532.008	48,79	0,487937525	67,466%
34%	42.536.020	51,21	0,512062475	67,466%
1%	83.068.028	100%	1	

En la tabla podemos observar que la tasa interna de rentabilidad es aproximadamente igual a 67.466% que es sumamente superior 24% con lo cual llegamos a la conclusión de que el proyecto resiste la disminución del 2.5% en el precio de venta de las cajas de Flores, demostrando una vez más su factibilidad.

14.1.13.2 Análisis de sensibilidad de la TIR ante cambios en el precio de venta de las cajas de flores.

Obtuvimos la tasa interna de rendimiento con:

Precio de venta	TIR
\$144.900	85%
\$141.278	67%
\$137.655	48%
\$134.214	30%

Figura No. 15
Análisis de sensibilidad de la TIR ante cambios en el precio de venta

Observamos que el proyecto solo es aceptable cuando la Tasa Interna de Rendimiento TIR sea mayor que la Tasa de Oportunidad; por lo tanto únicamente será atractivo cuando los precios de ventas sean superiores aproximadamente de **\$134.214. cajas de Flores.**

En otras palabras permitirá disminuciones en el precio de venta de las cajas de Flores hasta un 7.5% de los precios estimados originalmente por lo tanto se considera la factibilidad del proyecto porque los precios en el mercado mantienen un comportamiento ascendente

14.1.14 Análisis de modificación para el proyecto con Financiamiento ante cambio en el precio de venta.

14.1.14.1 Flujo neto de operación con financiamiento con disminución del 2.5% en precio de venta de cajas de Flores (Términos Corrientes)

Cuadro No.54

Flujo neto de operación con financiamiento con disminución del 2.5% en precio de venta de cajas de Flores (Términos Corrientes)

CONCEPTO	ANOS				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 492.777.664	\$ 528.531.402	\$ 566.754.440	\$ 607.972.992	\$ 652.015.797
Total Costos Operacionales	\$ 445.294.268	\$ 476.464.867	\$ 509.817.407	\$ 545.504.626	\$ 583.689.950
Utilidad Operacional	\$ 47.483.396	\$ 52.066.535	\$ 56.937.033	\$ 62.468.366	\$ 68.325.847
Menos Gastos Financieros	\$ 796.000	\$ 660.208	\$ 513.607	\$ 355.337	\$ 184.469
Utilidad Gravable	\$ 48.279.396	\$ 52.726.743	\$ 57.450.640	\$ 62.823.703	\$ 68.510.316
Menos impuestos 35%	\$ -	\$ -	\$ 19.927.961	\$ 21.863.928	\$ 23.914.047
Utilidad Neta	\$ 47.483.396	\$ 52.066.535	\$ 37.009.071	\$ 40.604.438	\$ 44.411.801
Mas depreciación	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500	\$ 1.356.500
Mas amortización de diferidos	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 285.000
Flujo Neto de Operación	\$ 49.124.896	\$ 53.708.035	\$ 38.650.571	\$ 42.245.938	\$ 46.053.301

14.1.14.2 Flujo financiero neto del proyecto con Financiamiento con disminución del 2.5% en precio de venta de cajas de Flores (Términos Corrientes)

Cuadro No.55

Flujo financiero neto del proyecto con Financiamiento con disminución del 2.5% en precio de venta de cajas de Flores (Términos Corrientes)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujoo neto de Inversión	\$ -49.220.800	\$ -4.247.680	\$ -4.561.395	\$ -4.898.372	\$ -5.260.346	\$ 45.278.596
Flujo neto de Operación		\$ 49.124.896	\$ 53.708.035	\$ 38.650.571	\$ 42.245.928	\$ 46.053.301
Flujo financiero neto	\$ -49.220.800	\$ 44.877.216	\$ 49.146.640	\$ 33.752.199	\$ 36.985.582	\$ 91.331.897

14.1.14.2.1 Representación gráfica del Nuevo Flujo de Fondos con Financiamiento.

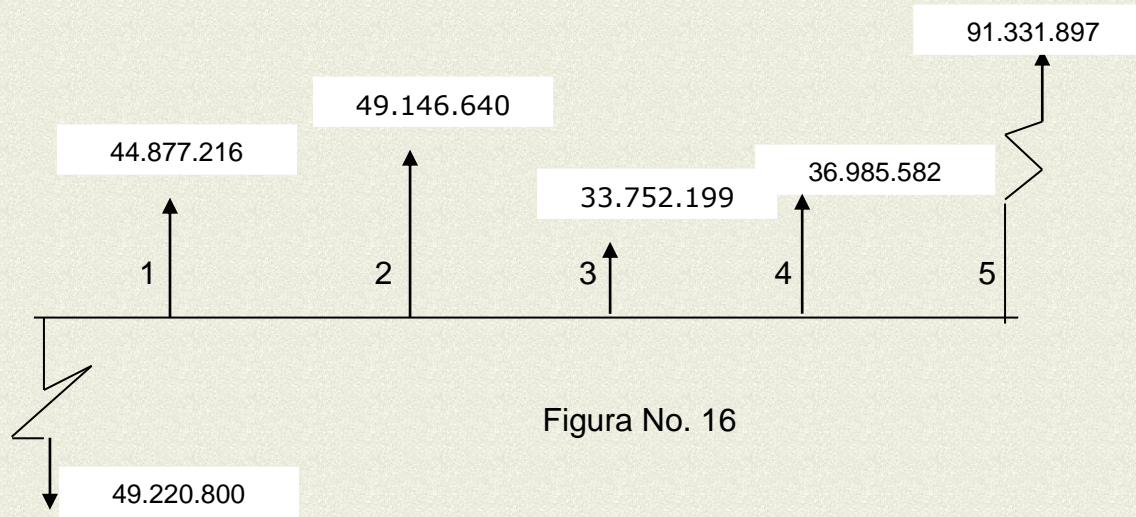


Figura No. 16

15. INCIDENCIA DEL PROYECTO EN SU ENTORNO

El proyecto de la Comercializadora de flores en la ciudad de Valledupar presenta grandes ventajas para el entorno social y su medio ambiente, entre ellas tenemos:

Ofreceremos un producto con hermosas variedades de Rosas y Flores en diferentes tonos, texturas, tamaño y aromas, lo que permitirá a los clientes manifestar sus diferentes emociones.

En la Comercializadora de Flores de la ciudad de Valledupar, tendrán los cultivadores de flores exóticas de nuestra región la oportunidad de colocar sus productos, que en estos momentos se encuentran ocupando un espacio importante en la satisfacción y expresión de emociones.

- ✦ Genera cuatro empleos directos.
- ✦ Genera impuestos para el municipio.
- ✦ Tener desarrollo y crecimiento para el entorno social.
- ✦ El nacimiento de una empresa con ventajas competitivas a largo plazo.
- ✦ Para el fisco nacional está generando unos recursos por \$99.360.182.00.
- ✦ Por el decreto del 4 x mil está generando \$851.659.00.

El proyecto trae beneficios para su entorno social y cultural, por lo cual se recomienda su ejecución.

16. CONCLUSIONES DE LA EVALUACION DEL PROYECTO

Todos los aspectos analizados anteriormente justifican la aprobación de este proyecto al demostrar su factibilidad financiera y socialmente.

Los V.P.N. analizados para todas las situaciones, la tasa interna de oportunidad son bases fundamentales para seguir la ejecución de este proyecto.

Es importante que este proyecto resiste aproximadamente hasta un 5% de disminución en los precios de venta de las cajas de Flores, estratégicamente fue proyectado para mantener ventajas competitivas a largo plazo de clase mundial.

Para concluir su aprobación solo queda el compromiso ante Dios, nuestra familia, tutores, los créditos, el patrimonio y nuestra será una realidad.

17. PLAN DE IMPLEMENTACION

Por los conocimientos adquiridos en nuestra Universidad y la información obtenida en las diferentes entidades que nos apoyaron en la realización de este proyecto procedemos a su realización.

16.1 TRAMITES LEGALES Y ADMINISTRATIVOS

Haciendo uso de la Ley de se efectúan los trámites legales de la empresa sociedad **COMERCIALIZADORA DE FLORES DE LA CIUDAD DE VALLEDUPAR**, su tramitología se acogerá a los artículos de la misma ley, su representante legal es **LUIS ALBERTO MINDIOLA FRAGOSO**, con **C.C No. 77.020.666** expedida en Valledupar Cesar. Estos tramites se realizan en el mes de Julio del 2003.

- ✦ Matrícula en el Registro Mercantil en el mes de Julio del 2003.
- ✦ Solicitud de licencia de operación mes de Julio del 2003.

16.2 EJECUCIÓN DEL PROYECTO

- ✦ Contratación y realización de diseño arquitectónico mes de Julio del 2003.

- ✘ Adecuación del local mes de Julio del 2003.
- ✘ Adquisición de equipos muebles y enseres en el mes de agosto del 2003
- ✘ Selección de personal mes de agosto del 2003.
- ✘ Contratación de persona, debe iniciar labores el 1º. septiembre del 2003.
- ✘ Adquisición de las flores que son la materia prima mes de septiembre del 2003.
- ✘ Puesta en marcha y operación de la Comercializadora de Flores en la ciudad de Valledupar, el 1º. septiembre del 2003.

16.3 CONSECUION DEL FINANCIAMIENTO

En el mes de Septiembre del 2003 se hace la solicitud formal de un crédito por valor de \$10.000.000.00, en la sucursal del Banco Ganadero Plaza Loperena de la ciudad de Valledupar, el proceso del crédito se llevó un mes para obtener su aprobación y desembolso.

18. CONCLUSIONES GENERALES

Se ha logrado establecer en forma clara, concisa, desde el punto de vista de mercado, técnico, financiero y social la viabilidad y factibilidad del proyecto para la comercialización de flores en la ciudad de Valledupar, Departamento del Cesar.

Con el proyecto también cumplimos con los requisitos finales exigidos por la "UNAD", para obtener el título de Tecnólogo en Gestión Comercial y de Negocios.

El proyecto de la Comercializadora de Flores presenta las condiciones de comercializar flores de las más alta calidad, logrando así extendernos en esta actividad.

Dentro de el proyecto resaltamos los beneficios que disfrutarán los clientes en el momento de utilizar los productos o servicios: buena calidad, economía, puntualidad, atención a los clientes con dedicación y profesionalismo lo que da como resultado satisfacción para el clientes.

Se resalta la importancia de las flores dentro de la economía Nacional e Internacional ocupando el país el segundo puesto como productor de flores después de Holanda, lo que quiere decir que genera grandes divisas para el país.

BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ A. Matemática Financiera. Capitulo 3 Pág.74, Capitulo 7 Pág.237, Capitulo 8 Pág.268. McGRAW-HILL

BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, McGRAW-HILL Santafé de Bogotá D.C. 1998.

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías, Formulación y Evaluación de Proyectos, Tercera Edición, Santafé de Bogotá D.C. 1998.

E-mail: info@asocolflores.org,

----- www.colombianflower.com

----- www.jcnova@latiendadelasrosas.com

EL TIEMPO, Viernes 10 de Octubre del 2003 Pág. 2

MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús Matemáticas Financieras Aplicadas Primera Edición Valledupar, Cesar del 2001

Revista Dinero Septiembre 6 del 2002 / No. 165 (Empresarios Rosas en línea) Pag. 64-65.

----- Noviembre 14 del 2003 / No. 194 (Flores Primavera para las flores) Pag. 46-47

ANEXOS

MACROLOCALIZACION



MICROLOCALIZACION

