

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

TESIS DE GRADO

PREVIA LA OBTENCION DEL TITULO DE:
ECONOMISTA

TEMA:

“DISEÑO DE PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN Y
FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA DE ROSAS IMPRESAS
MULTIDETALLES LA AUXILIADORA EN LA CIUDAD DE MANTA”

AUTOR:

MANCHAY MENDOZA FERNANDO GABRIEL

DIRECTOR DE TESIS:

ECON. FRANK VALENCIA
MANTA, FEBRERO DE 2014



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema: “DISEÑO DE PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA DE ROSAS IMPRESAS MULTIDETALLES LA AUXILIADORA EN LA CIUDAD DE MANTA”, del egresado: Fernando Gabriel Manchay Mendoza, luego de haber sido analizada por los miembros del Tribunal de Grado, en cumplimiento de lo que establece la ley, se da por aprobada.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DIRECTOR DE TESIS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

SECRETARIO (A)

ALUMNO



DECLARATORIA

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en esta tesis, me corresponden exclusivamente; y, el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Egdo. Manchay Mendoza Fernando Gabriel



CERTIFICACIÓN

Certifico que la tesis de investigación titulada ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA MICROEMPRESA “DISEÑO DE PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA DE ROSAS IMPRESAS MULTIDETALLES LA AUXILIADORA EN LA CIUDAD DE MANTA” es trabajo original del egresado Manchay Mendoza Fernando Gabriel, la cual se realizó bajo mi dirección, recurriendo a los conocimientos técnicos dados por la Universidad y cumpliendo con el reglamento elaborado para el efecto.

ECON. Frank Valencia
DIRECTOR DE TESIS



DEDICATORIA

A:

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Mi abuelita Clorinda Castillo, por quererme y apoyarme siempre, esto también te lo debo a ti.



AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento muy especial
merece la comprensión,
paciencia y el ánimo
recibidos de mi familia y amigos.
A todos ellos, muchas gracias.



TEMA

“DISEÑO DE PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA DE ROSAS IMPRESAS MULTIDETALLES LA AUXILIADORA EN LA CIUDAD DE MANTA”



ÍNDICE

PÁGINAS PRELIMINARES	PÁG.#
PORTADA	I
APROBACION DEL TRIBUNAL.....	II
DECLARATORIA.....	III
CERTIFICACION.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
TEMA.....	VII
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
CAPITULO I.....	3
1. Aspectos Generales	3
1.1. Introducción.....	3
1.2. Objetivos	7
1.2.1. Objetivo General	7
1.3. Objetivos Específicos.....	7
1.4. Justificación.....	8
1.5. Marco Teórico	9
1.5.1. La Microempresa	9
1.5.2. Características de las Microempresas.....	10
1.5.3. Planificación Estratégica	10
1.5.4. La Organización.....	10
1.5.5. La Dirección.....	11
1.5.6. El Control.....	11
1.5.7. Plan De Negocios.....	11
1.5.8. Cadena de Valor	11
1.5.9. Ventaja Competitiva	11
1.5.10. El Financiamiento.....	12
1.5.11. Proyectos De Inversion	12
1.5.12. Rosas	13
1.5.13. Procedimiento de Impresión de Rosas.	14
1.5.14. Diagrama de Flujo del Proceso de Impresión de Rosas.	18
1.6. Hipótesis.....	18
1.7. Variables.....	18
1.7.1. Variable Independiente	18



1.7.2.	Variable Dependiente	18
1.8.	Tareas de Investigación.....	18
1.9.	Métodos de la Investigación	19
CAPITULO II.....		20
2.	Estudio de Mercado	20
2.1.	Objetivo General.....	20
2.2.	Objetivos Específicos.....	20
2.3.	Estructura del Mercado	20
2.3.1.	Caracterización.....	20
2.4.	Segmentación.....	21
2.4.1.	Segmentación Demográfica	21
2.4.2.	Segmentación Psicográfica	21
2.4.3.	Segmentación Geográfica	21
2.5.	Identificación del Producto a Comercializar	21
2.6.	Características del Producto	21
2.7.	Uso	22
2.8.	La Compañía.....	22
2.9.	Proveedores	22
2.10.	Investigación de Mercado.....	23
2.10.1.	Metodología de la Investigación	23
2.11.	Muestra.....	24
2.11.1.	Determinación de la Muestra	24
2.11.2.	Tamaño de la Muestra	24
2.11.3.	Recolección de la Información	25
2.12.	Perfil del Consumidor.....	32
2.13.	Análisis de la Demanda	32
2.14.	Demanda.....	32
2.15.	Proyección de la Demanda	32
2.16.	Oferta.....	33
2.17.	Demanda Insatisfecha.....	34
CAPITULO III.....		35
3.	Estudio Técnico	35
3.1.	Objetivos	35
3.2.	Tamaño del Proyecto	35
3.3.	Capacidad de Producción.....	36



- 3.4. Capacidad Instalada 36
- 3.5. Localización de la Planta 38
 - 3.5.1. Macro localización 38
 - 3.5.2. Factores determinantes de la Localización 38
 - 3.5.3. Micro localización 38
 - 3.5.4. Factores determinantes de la Localización 38
- CAPITULO IV 39
- 4. Estudio Administrativo Legal 39**
 - 4.1. Objetivo 39
 - 4.2. Planificación Estratégica 39

Según Kloter (1990) La planificación estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo. 39
 - 4.3. Análisis de la situación Externa 39
 - 4.4. Análisis de la Situación Interna 40
 - 4.4.1. Misión..... 41
 - 4.4.2. Visión..... 41
 - 4.4.3. Principios Y Valores Administrativos..... 41
 - 4.5. La Microempresa 41
 - 4.5.1. Nombre Razón Social 41
 - 4.5.2. Objetivos de la Microempresa 41
 - 4.5.2.1. Objetivo General 41
 - 4.5.2.2. Objetivos Específicos..... 41
 - 4.5.3. Políticas 42
 - 4.5.4. Modelo de servucción..... 42
 - 4.6. Organigramas..... 47
 - 4.6.1. Organigrama Estructural..... 47
 - 4.6.2. Organigrama Funcional..... 47
 - 4.7. Infraestructura Y Equipamiento..... 49
 - 4.7.1. Recursos 49
 - 4.8. Comercialización 52
 - 4.8.1. Producto..... 52
 - 4.8.2. Empaque 52
 - 4.9. Plaza 53
 - 4.10. Precio 53
 - 4.11. Promoción y Publicidad..... 54



4.12.	Empresa Unipersonal	55
CAPÍTULO V		58
5.	Estudio Financiero	58
5.1.	Presupuestos de Inversiones	60
5.2.	Inversiones Fijas	60
5.3.	Depreciación de Activos Fijos	61
5.4.	Inversiones Diferidas.....	62
5.5.	Amortización de Activos Diferidos	63
5.6.	Capital de Trabajo	63
5.7.	Resumen de las Inversiones	64
5.8.	Costos de Producción.....	65
5.9.	Costos de Fabricación	65
5.10.	Materia Prima	65
5.11.	Presupuesto de Compras de Materia Prima	69
5.12.	Sueldos de Mano de Obra Directa	71
5.13.	Costos Indirectos de Fabricación	72
5.14.	Gastos Administrativos	73
5.15.	Gastos de Ventas.....	74
5.16.	Resumen de Costos de Fabricación, Gastos Administrativos y de Ventas. 76	
5.17.	Ingresos del Proyecto.....	77
5.18.	Punto de Equilibrio.....	82
5.19.	Estados Financieros Proforma	86
5.20.	Estado de Resultados	86
5.21.	Balance General	88
5.22.	Flujo Neto de Caja	90
5.23.	Evaluación Financiera.....	92
5.24.	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento	92
5.25.	Valor Actual Neto	93
5.26.	Tasa Interna de Retorno	95
5.27.	Período de Recuperación de la Inversión.	96
5.28.	Relación Costo Beneficio.....	97
6.	Conclusiones Y Recomendaciones	99
6.1.	Conclusiones	99
6.2.	Recomendaciones	101
BIBLIOGRAFÍA.....		102



ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°. 1 Demanda Proyectada.....	33
Cuadro N°. 2 Estimación de la Demanda.....	36
Cuadro N°. 3 Capacidad Instalada de Producción.....	37
Cuadro N°. 4 FODA.....	40
Cuadro N°. 5 Muebles y Equipos.....	52
Cuadro N°. 6 Costos Variables y Fijos del Producto.....	54
Cuadro N°.7 Precio de Venta.....	54
Cuadro N°. 8 Tamaño del Proyecto.....	58
Cuadro N°. 9 Distribución de la Demanda por Producto.....	59
Cuadro N°10 Proyección de Ventas Mensuales.....	59
Cuadro N°. 11 Proyección de Ventas Mensuales.....	59
Cuadro N°. 12 Muebles y Enseres.....	60
Cuadro N°. 13 Equipo de Computación.....	60
Cuadro N°. 14 Porcentaje de Depreciación de Activos Fijos.....	61
Cuadro N°. 15 Años de vida útil de los Activos fijos.....	62
Cuadro N°. 16 Depreciación de Activos Fijos.....	62
Cuadro N° 17 Activos Diferidos.....	63
Cuadro N°. 18 Amortización de Activos Fijos.....	63
Cuadro N°. 19 Capital de Trabajo	64
Cuadro N°. 20 Presupuesto de Inversiones.....	65
Cuadro N°. 21 Rosa Impresa Individual en Caja.....	66
Cuadro N°. 22 Rosa Impresa en contenedor de vidrio.....	66
Cuadro N°. 23 Ramo de Rosas.....	67
Cuadro N°. 24 Proyección de Costos de Materia prima Directa.....	68
Cuadro N°. 25 Proyección de Costos de Materia Prima por Productos.....	68
Cuadro N°. 26 Volúmenes de Venta, Inventarios y Producción.....	69
Cuadro N°. 27 Resumen de Inventario Final de Materia Prima.....	70



Cuadro N°. 28 Presupuesto de Compras de Materia Prima.....	70
Cuadro N°. 29 Sueldo de Mano de Obra Directa.....	71
Cuadro N°. 30 Costos Indirectos de Fabricación.....	72
Cuadro N°. 31 Sueldo Personal Administrativo.....	73
Cuadro N°. 32 Gastos Administrativos.....	73
Cuadro N°. 33 Sueldo Personal de Ventas.....	74
Cuadro N°. 34 Otros gastos de Ventas.....	75
Cuadro N°. 36 Clasificación de Gastos y Costos Fijos y Variables.....	78
Cuadro N°. 37 Distribución de Costos Variables por Producto.....	79
Cuadro N°. 38 Total Costos Variables por Productos.....	79
Cuadro N°. 39 Estimación de Costo Total Por Producto.....	80
Cuadro N°. 40 Estimación de Precio Por Producto.....	80
Cuadro N°. 41 Ingreso Mensual Por Productos.....	80
Cuadro N°. 42 Ingresos Anuales por Productos.....	81
Cuadro N°. 43 Punto de Equilibrio por Productos.....	82
Cuadro N°. 44 Rosa Impresa en caja individual.....	83
Cuadro N°. 45 Rosa impresa en recipiente de vidrio.....	84
Cuadro N°. 46 Ramo de Rosas.....	85
Cuadro N°. 47 Estado de Resultados Proyectado.....	87
Cuadro N°. 48 Balance General Proyectado.....	89
Cuadro N°. 49 Flujo de Producción.....	90
Cuadro N°. 50 Flujo Neto de Caja Proyectado	91
Cuadro N°. 51 Valor Actual Neto.....	94
Cuadro N°. 52 Calculo del Periodo de la Recuperación del Capital.....	97
Cuadro N°. 53 Calculo de la Relación Costo beneficio.....	98



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°. 1 Ocasiones en que se obsequian rosas en Manta.....	26
Gráfico N°. 2 Diseños impresos que prefieren las personas.....	27
Gráfico N°. 3 Preferencia de las personas en tener el servicio de impresiones de rosa....	28
Gráfico N°. 4 Precio que las personas encuestadas están dispuestas a pagar.....	29
Gráfico N°. 5 Empaque en el que las personas prefieren las rosas.....	30
Gráfico N°. 6 Servicio Door to Door.....	31
Gráfico N°. 7 Localización de la Microempresa.....	38
Gráfico N°. 8 Proceso de Fabricación del Servicio.....	44
Gráfico N°. 9 Elementos de Servucción.....	45
Gráfico N°. 10 Proceso de Servucción de Multidetalles La Auxiliadora.....	46
Gráfico N°. 11 Organigrama Estructural.....	47
Gráfico N°. 12 Organigrama Funcional.....	48
Gráfico N°. 13 Rosas impresas en paquete individual.....	83
Gráfico N°. 14 Rosas impresas en recipientes de vidrio.....	84
Gráfico N°. 15 Ramo de Rosas.....	85

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Imagen N°. 1 Preparación de Pétalos.....	15
Imagen N°. 2 Aplicación de Fijador.....	15
Imagen N°. 3 Selección de Imagen.....	16
Imagen N°. 4 Impresión de la Rosa.....	16
Imagen N°. 5 Producto Terminado.....	17
Imagen N°. 6 Empaquetado del Producto.....	17
Imagen N°. 7 Computadora Portátil.....	50
Imagen N° 8 Impresora de Rosas.....	51
Imagen N° 9 Rosa en caja individual.....	53



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°. 1 Ocasiones en que se obsequian rosas en Manta.....	26
Tabla N°. 2 Diseños impresos que prefieren las personas.....	27
Tabla N°. 3 Preferencia de las personas en tener el servicio de impresiones de rosa.....	28
Tabla N°. 4 Precio que las personas encuestadas están dispuestas apagar.....	29
Tabla N°. 5 Empaque en el que las personas prefieren las rosas.....	30
Tabla N°. 6 Servicio Door to Door.....	31



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente trabajo se realiza con la necesidad de analizar mediante la exploración de campo, un estudio de métodos para determinar las necesidades que se requieren actualmente en Manta sobre el servicio de flores y con ello generar una gama de propuestas y estrategias para la creación de una Microempresa de Rosas Impresas, que provoque oportunidades en el ámbito laboral y social.

Asumiendo las circunstancias expuestas, se desprende que ante la “Escases de microempresas innovadoras, dedicadas a la impresión de flores, para satisfacer esta necesidad de los mantenses, el emprendedor debe asumir con responsabilidad la calidad de todos los procesos internos del proyecto, con miras a entregar un servicio oportuno y calificable a la sociedad local.

Es por ello que la ejecución del: “DISEÑO DE PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA DE ROSAS IMPRESAS “MULTIDETALLES LA AUXILIADORA EN LA CIUDAD DE MANTA”, representa neurálgicamente un servicio personalizado e instituido, donde el detalle máspreciado es la rosa, en la que se imprimirán frases de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes, misma que contará con un lujoso envase de cartón, cuyos detalles de elegancia fortalecerán el valor agregado del producto en mención..

Luego de establecidas las orientaciones que propiciaron este proyecto, se detallan las siguientes finalidades:

1. Crear nuevas plazas de trabajo.



2. Publicar y promocionar, el servicio de impresiones en rosas naturales, para que los usuarios locales conozcan de las bondades de nuestros productos.
3. Brindar un servicio eficiente, que proponga a la comunidad una opción novedosa en este tipo de detalles multifacéticos.

Esta propuesta tiene como finalidad ser parte de la solución de un problema social como lo es la falta de empleo; cuyo aporte lo generará la micro localización de un negocio para la venta de rosas novedosas en su especialidad, proposición que será rentable por la potencial aceptación de los usuarios del mercado mantense, en este tipo de servicios.



CAPITULO I

1. Aspectos Generales

1.1. Introducción

El comercio es la clave del progreso en la humanidad; pues este consiste en el intercambio de bienes y servicios entre dos o más sujetos, mismo que genera beneficios económicos y sociales.

Dentro de las actividades del comercio internacional se encuentran las flores ecuatorianas, cuya demanda a nivel mundial se sustenta en su belleza y calidad; gracias al clima y suelo con que cuenta la sierra ecuatoriana, cuyas condiciones naturales y de emprendimiento le otorgan características únicas y ventajas competitivas a la hora de participar en el mercado externo, generándole con ello al país, 16 plazas de empleo por todo lo que represente la cadena productiva por hectárea sembrada.

Es por ello que la oferta del producto en mención, es exportada significativamente, a países europeos y norteamericanos, permitiéndole a la industria florícola del Ecuador, convertirse en uno de los ejes generadores de empleo y dinamizador de la economía nacional.

Y en su afán de insertarle valor agregado a las flores nacionales, para sostener y mejorar en el corto, mediano y largo plazo, la calidad y participación sustancial del producto en los mercados internacionales; en febrero de 2007, en uno de sus viajes a Europa, los ecuatorianos, Fausto Naranjo y Karina Almagro, exportadores de flores, conocieron de fuentes primarias un nuevo aporte tecnológico, instaurado en una máquina suiza que imprime textos, e imágenes en pétalos de rosas.



Convirtiéndose para ellos en una opción, para mejorar la presentación de la oferta de flores y conseguir con ello la competitividad diferenciada.

Que se requiere para cumplir con las exigencias de los demandantes a nivel internacional.

Es por ello que los productores y comercializadores de flores en el Ecuador, iniciaron una serie de acciones, tendientes a fortalecer la cadena de valor del referido bien, lo que a la postre les garantice una calidad óptima, con la intención de que esta se convierta en el elemento rector de la venta del producto en el contexto mundial, por supuesto, luego de dotarle de un mejor valor agregado a partir de impresiones, cuyos textos o figuras, sensibilicen el incremento de la demanda y por ende mejoren la riqueza del sector florícola de la nación.

Este sector dinámico de la sociedad ecuatoriana, exige de su producción, calidad extrema, instaurando para ello, mediciones técnicas o evaluaciones a los procesos de la cadena productiva, contrayendo con ello la masa productora en función de 20 fincas calificadas como idóneas para producir 128 variedades de rosas con sus 220 colores diversos existentes en la flora de la serranía ecuatoriana.

Ante los estándares exigidos a la producción nacional, la integración hacia delante de este sector, es decir de su comercialización, requiere una mejor presentación del producto para efectos competitivos, iniciando para ello el proceso del diseño de impresión con la tecnología antes descrita, en función de textos, fotos y logos, cuyas tomas de muestras o similitudes son absorbidas por una impresora que cuenta con una cámara integrada para captación de imágenes.

Ante la gran expectativa de los usuarios de flores a nivel internacional, por la agregación de valor a las rosas ecuatorianas y ante el crecimiento de la oferta del sector florícola, se vuelve atractivo el mercado mantense para este tipo de servicios, por el poder adquisitivo, gustos y preferencias.



De sus ciudadanos, pero contemporáneamente en manta existen florerías, que atienden este servicio, con flores de calidad inferior a las exportadas, sin la agregación de impresión antes citada.

Que se la distribuye a domicilio y en locales con una imagen deteriorada y con limitaciones evidentes, dentro de las primordiales insuficiencias de los oferentes micro localizados en la ciudad de manta se evidencian:

- La falta de planes de negocios
- Limitada capacidad del recurso humano en la atención al cliente.
- La falta de interpretación de las necesidades en este tipo de servicios, para innovar el mismo.
- Desconcentración del servicio.
- La falta de locales con excelente imagen.
- La falta de promoción y publicidad del servicio.

Ante la búsqueda de los motivos que generaron estas limitaciones e insuficiencias en el servicios de flores en la ciudad de Manta, se torna necesario analizar sus procesos internos, mismos que deben contribuir al futuro innovador del negocio de rosas, teniendo en cuenta procesos que garanticen la calidad del servicio, mismos que actualmente no son considerados, para obtener la eficiencia, eficacia y efectividad en la operatividad, comercialización y crecimiento del servicio floricultor de nuestro cantón.

Lo expuesto anteriormente justifica que se precise como **problema** de la investigación, como lograr satisfacer las demandas de los mantenses, en arreglos florales con impresión en rosas, cumpliendo con las exigencias de calidad y rapidez y como **objeto de investigación** la creación y funcionamiento de microempresas dedicadas a brindar servicios de impresión en rosas naturales.



El objetivo es la elaboración de un proyecto de inversión para la creación y funcionamiento de una empresa de rosas impresas en la ciudad de Manta, para contribuir al mejoramiento del servicio arreglos florales.

Por lo expresado anteriormente se plantea la siguiente **hipótesis**: Si se elabora un proyecto de inversión que permita la creación y funcionamiento de una empresa de rosas impresas, se puede satisfacer las exigencias de calidad y rapidez en la demanda de los habitantes de Manta.

De lo citado en el párrafo anterior se desprende que la Variable independiente enuncia: proyecto de inversión para creación de microempresas y la Variable dependiente propone: microempresa de impresión de rosas en Manta.

Y en correspondencia con el objetivo y la hipótesis en las diferentes etapas de la investigación se ejecutaron las siguientes tareas:

- Caracterización de las empresas que prestan el servicio de arreglos florales en Manta.
- Justificación de las necesidades de creación de un servicio de impresión de rosas.
- Fundamentación de un proyecto de inversión para la creación de una empresa de impresión de rosas.

En el desarrollo de la investigación se aplicaron los siguientes métodos:

- **Análisis y síntesis**: Al caracterizar los servicios que prestan las empresas que hacen arreglos florales en Manta, así como la delimitación de las exigencias en la demanda.
- **Hipotético – deductivo**: Para establecer los fundamentos que justifican al proyecto de creación de una microempresa.
- **Sistémico – estructural**: En la estructuración del proyecto de inversión para la creación y fundamentación de los servicios que prestará la microempresa de impresión de flores.



- **Comparación:** Para establecer comparaciones entre los servicios actuales que se prestan en la actualidad en materia de arreglos florales y los necesarios a incluir para cubrir la demanda actual.
- **Modelación:** Para la estructuración y fundamentación del proyecto de inversión.
- **Revisión de documentos:** En la determinación de los aspectos que justifican la elaboración de un proyecto de inversión para la creación de una microempresa de impresión de flores en Manta.
- **Encuestas:** Para conocer la satisfacción de la demanda en materia de arreglos florales con detalles impresos.
- **Entrevistas:** para delimitar las exigencias en las demanda de los usuarios y los servicios que se prestan.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Determinar mediante el estudio de factibilidad que la microempresa de Rosas Impresas “Multidetalles La Auxiliadora” dedicada a la venta de Rosas Naturales impresas y escritas en la ciudad de Manta es viable porque existe demanda efectiva y una tasa de retorno positiva.

1.3. Objetivos Específicos

Los objetivos específicos enuncian los resultados detallados que se pretende obtener del trabajo de investigación y para el presente trabajo son:

- Evaluar la viabilidad comercial del proyecto mediante el estudio de mercado;
- Especificar a través del estudio técnico los aspectos técnicos operativos y la determinación aproximada de los recursos necesarios para el proyecto;
- Realizar el estudio administrativo para determinar los aspectos organizacionales del proyecto;



- Precisar los aspectos jurídicos y legales en el estudio legal del proyecto;
- Determinar por medio del estudio financiero la factibilidad económica y financiera del proyecto.

1.4. Justificación

Con las delineaciones anotadas y a desarrollarse en la presente propuesta de proyecto, se justifica la creación y desarrollo de la microempresa de rosas impresas “Multidetalles la Auxiliadora en la Ciudad de Manta, para atender la demanda insatisfecha en arreglos florales de esta localidad costera, con la intención de satisfacer gustos y preferencias de los usuarios locales y visitantes en este tipo de servicios, estrategias que deben garantizar la sostenibilidad e incremento de la oferta y demanda del potencial negocio.

Por lo que la alternativa anotada, aportará en la solución de la problemática social, contribuyendo con la creación de plazas de trabajo, que cubrirán la brecha de empleo existente en Manta, originando con ello ocupaciones específicas para la mano de obra calificada y genérica de nuestra ciudad.

Es por ello que la importancia de este producto (rosas impresas), radica en la articulación que le brinde el emprendedor al servicio del arreglo floral, incluyendo materia prima con altos índice de calidad verificada (rosas), cuyo complemento estará fundamentado en la agregación de valor o diferenciación del producto a ofertarse. Cabe mencionar que los usuarios de la ciudad de Manta y sus visitantes se caracterizan por ser detallistas, lo que le convierte a nuestro producto innovador en un potencial y seguro regalo en épocas o fechas especiales, tales como:

En fechas especiales como:

- San Valentín



- Día de la madre
- Navidad
- Cumpleaños
- Aniversarios

Finalmente es de vital importancia, acotar que este tipo negocio dará todas las facilidades posibles en cada una de las modalidades de atención que requiera el servicio, empeñados en participar significativamente en los segmentos del mercado local, al amparo de las ventajas competitivas que empleemos para ofertar permanentemente un servicio lleno de creatividad, elegancia, calidad, y originalidad, que a la postre nos permita ubicarnos como una de las mejores empresas en detalles oportunos en la ciudad de Manta.

1.5. Marco Teórico

1.5.1. La Microempresa

Néstor E. Abril G. en su texto sobre microempresas, manifiesta “la microempresa es un instrumento de producción económica que produce bienes y servicios a menor precio del mercado, la cual crea fuentes de trabajo y genera autoempleo”.

Claramente podemos notar que la microempresa no es necesariamente un determinante dentro de un mercado, sino más bien sirve como una fuente de ingreso a un determinado grupo de personas, que en la mayoría de casos es conformada por familiares.¹

El mismo hecho de ser creadoras de empleo les permite ser un dinamizador de la economía en países como el Ecuador, donde existen de diversos tipos, desde servicios hasta comercio.

¹Néstor E Abril G (1998:32). Microempresa.



Más de un tercio (33.5%) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia en una microempresa.

En el Ecuador las microempresas proporcionan trabajo para un estimado de 1018135 personas o cerca del 25% de la mano de obra urbana.

En el producto interno bruto tienen una representación en ventas del 25,7% y sobre el 10% de los ingresos netos totales obtenidos en el país.³

1.5.2. Características de las Microempresas

De acuerdo a la norma vigente se establecen como características las siguientes:

- Trabajo familiar
- Limitación de capital
- Organización del trabajo
- Limitaciones tecnológicas
- Estrategia comercial

1.5.3. Planificación Estratégica

Para AMARU Antonio (2009) Fundamentos de la Administración en su obra La planificación estratégica afirma: “Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”. La aseveración que hace este autor da lugar a afirmar que para que una organización camine por el sendero correcto, debe contar con la herramienta indispensable que le ofrece la planificación estratégica, a través de objetivos y estrategias con la finalidad de llegar a las metas propuestas, dejando a un lado la improvisación. Esta es la razón de ser de la empresa, su composición tiene que ver con la naturaleza del negocio, sus metas y sus valores.

1.5.4. La Organización

Koontz Harold, (1998), Pág. 35 expresa: “Es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada.



En el sentido de que debe garantizar la asignación de todas las tareas necesarias para el cumplimiento de las metas, la asignación debe hacerse a las personas mejor capacitadas para realizar esas tareas”.

Esta se refiere a toda la coordinación de actividades que se deben realizar en favor de la empresa para poder llegar al fin planteado, para esto cada uno de los departamentos de la empresa deben ser un puño los cuales trabajaran en busca del objetivo propuesto.

1.5.5. La Dirección

Es la forma de guiar y motivar a los colaboradores, para lograr los objetivos de la empresa, estableciendo un lazo que permita tener relaciones duraderas en favor de la empresa.

1.5.6. El Control

La finalidad del control es ir señalando los errores que se pueden ir cometiendo con el único fin de corregirlos y no volver a cometerlos.

1.5.7. Plan De Negocios

El Plan de negocio que permite tener una visión más clara y objetiva de hacia dónde queremos llegar con nuestro negocio, con la incorporación de estrategias que permitan alcanzar los objetivos propuestos.

Metas + Investigación + estrategias = Plan de negocios

1.5.8. Cadena de Valor

El concepto de cadena de valor desarrollado por PORTER Michael en su obra Competitive Advantage: “Es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final.

1.5.9. Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva proviene de la capacidad de la empresa de realizar las actividades requeridas a un costo menor que el de sus competidores, o realizar algunas actividades de forma única lo cual crea valor de compra y por lo tanto permite a las empresas controlar el sobreprecio.



1.5.10. El Financiamiento

Uno de los requisitos más importantes para el inicio de un negocio así como para que continúe exitosamente, es contar con las fuentes de financiamiento adecuadas.

Se trata de disponer de los recursos necesarios para poder mantener la actividad. Estos se pueden obtener por dos vías:

- **Recursos propios.-** Son las aportaciones personales y / o de los socios y los recursos generados por la propia actividad.
- **Financiación ajena.-** Recursos monetarios obtenidos de entidades financieras o de otras fuentes: créditos o préstamos, operaciones de leasing, emisión de obligaciones, bonos, etc.

La proporción entre fuentes de financiamiento, propias y ajenas, dependerá de muchos factores: disponibilidad de recursos propios, capacidad de obtener recursos ajenos, costo de oportunidad de otras inversiones, etc.

El motivo por el que muchos negocios fracasan es que se encuentran al poco tiempo con dificultades para hacer frente a los pagos inmediatos, lo que compromete seriamente al proyecto.

Por eso es fundamental diseñar una estructura financiera adecuada que permita disponer de estos recursos.

1.5.11. Proyectos De Inversión

Una nueva microempresa es un proyecto de inversión, puesto que requiere la aportación de unos recursos a lo que se desea sacar una rentabilidad, la cantidad de estos recursos que aportan los promotores es una parte de la decisión.

Desde este punto de vista, lo que interesa es evaluar la rentabilidad de la inversión, puesto que de ella se deriva la de los recursos aportados por los inversionistas.



La inclusión de algún tipo de medida de la rentabilidad de la inversión va a ser un requisito inexcusable, especialmente para justificar la captación de inversiones.

Las formas más comunes de medir un proyecto de inversión son utilizando dos parámetros:

- **El valor actual neto (VAN).**- El aporte de fondos requeridos durante la duración del proyecto. Representa el valor a fecha actual, descontada la tasa de mercado, que tendrá el resultado del proyecto en su conjunto. Para que resulte viable, el valor del VAN debe ser superior a cero, lo que demuestra que se recupera la inversión.
- **Tasa interna de retorno (TIR).**- Indica la rentabilidad estimada que se obtiene durante determinado período con las inversiones efectuadas.

Se calcula averiguando el valor de rendimiento que hace el VAN igual a cero.

Para que el proyecto de inversión resulte aceptable, la TIR debe ser superior a la que se considere aceptable por el inversionista. Las decisiones respecto a si resulta conveniente invertir o no en un proyecto vendrán determinadas por los objetivos perseguidos, los niveles de riesgos admisibles y las rentabilidades exigidas, que estarán muy interrelacionadas. Los planes y los presupuestos llevan incluido el establecimiento de unas pautas temporales y un programa de actuaciones. Pero cuando se lleva a cabo la puesta en marcha de una nueva empresa, los primeros meses son críticos y suelen resultar necesario definir con algo más detalle todas las actividades que se van a llevar a cabo durante ellos.

1.5.12. Rosas

Según la Enciclopedia Libre Wikipedia el género **Rosa** está formado.



Por un conocido grupo de arbustos espinosos y floridos representantes principales de la familia de las rosáceas. Se denomina rosa a la flor de los miembros de este género y rosal a la planta.

El número de especies ronda los 100, la mayoría originarias de Asia y un reducido número nativas de Europa, Norteamérica y África noroccidental. Tanto especies como cultivares e híbridos se cultivan como ornamentales por la belleza y fragancia de su flor.

Pero también para la extracción de aceite esencial, utilizado en perfumería y cosmética, usos medicinales (fitoterapia) y gastronómicos.

Existe una enorme variedad de cultivares (más de 30 000) a partir de diversas hibridaciones, y cada año aparecen otros nuevos, las especies progenitoras mayormente implicadas en los cultivares son: *Rosa moschata*, *Rosa gallica*, *Rosa damascena*, *Rosa wichuraiana*, *Rosa californica* y *Rosa rugosa*. Los cultivadores de rosas del siglo XX se centraron en el tamaño y el color, para producir flores grandes y atractivas, aunque con poco o ningún aroma. Muchas rosas silvestres y «pasadas de moda», por el contrario, tienen una fragancia dulce y fuerte.

Las rosas están entre las flores más comunes vendidas por los floristas. El rosal es una de las plantas más populares de los jardines, incluso existen jardines específicos llamados rosaladas, donde se exponen únicamente los miembros del género, cuya variedad es tan extensa que comprende desde rosales miniatura de 10 o 15 cm de altura, hasta grandes arbustos, trepadores que alcanzan varios metros de altura o rastreros utilizados como cubre suelos.

1.5.13. Procedimiento de Impresión de Rosas.

La impresión sobre una rosa es muy sencilla, requiere de un manejo básico de computación y del siguiente procedimiento:

1. Preparación de los pétalos

Imagen N° 1



<http://www.flowersprinter.com>

2. Aplicación del Specialcoat (líquido fijador), el cual debe dejarse secar por 5-7 minutos.

Imagen N° 2



Imagen.- <http://productos.euroaura.org/>

3. Seleccionar dibujo, texto o foto en el software

Imagen N° 3



<http://www.flowersprinter.com>

4. Imprimir (tiempo aprox 1 minuto)

Imagen N° 4



<http://www.flowersprinter.com>

Es importante indicar que esta impresora tiene un software incorporado, mismo que contine diferentes tipos de diseños, logos y frases predeterminadas, y además se puede agregar cualquier texto en sólo minutos, teniendo así una gran cantidad de posibilidades a la hora de poner el detalle de una frase personalizada sobre el pétalo de una rosa.

5. Producto terminado

Imagen N° 5

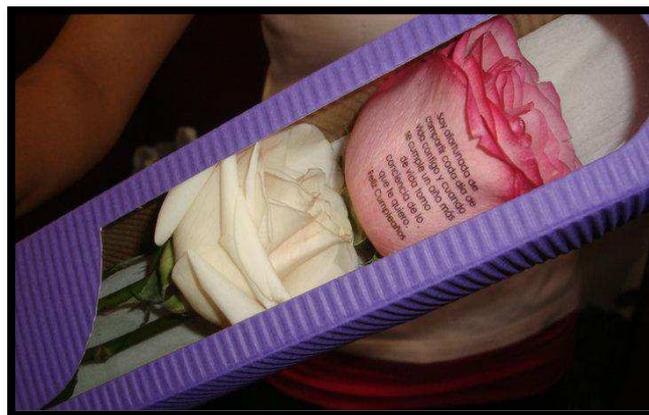


<http://www.flowersprinter.com>

Dejar secar por unos minutos.

6. Empaquetado del producto

Imagen N° 6



<http://estatusfloristeria.com/>

El empaque con el que contamos es una caja de cartón reciclable, con una ventanilla transparente para que la rosa este visible y a su vez protegida de cualquier tipo de abolladura o deterioro en el pétalo. El tamaño de la caja es de 30 cm de largo y 7 cm de ancho.

1.5.14. Diagrama de Flujo del Proceso de Impresión de Rosas.

Diagrama N° 1.



Elaborado: Fernando Manchay

1.6. Hipótesis

La existencia de Demanda efectiva, la falta de oferta, la tasa interna de retorno positiva, son los factores que determinan la factibilidad del proyecto para la creación de la Microempresa de Rosas Naturales impresas Multidetalles La Auxiliadora en la ciudad de Manta.

1.7. Variables

1.7.1. Variable Independiente

Proyecto de inversión para creación de microempresas.

1.7.2. Variable Dependiente

Impresión de rosas en Manta.

1.8. Tareas de Investigación

- Caracterización de las empresas que prestan el servicio de arreglos florales en Manta.
- Justificación de las necesidades de creación de un servicio de impresión de flores.



- Fundamentación de un proyecto de inversión para la creación de una empresa de impresión de flores.

1.9. Métodos de la Investigación

- ✓ **Análisis y síntesis:** Al caracterizar los servicios que prestan las empresas que hacen arreglos florales en Manta, así como la delimitación de las exigencias en la demanda.
- ✓ **Hipotético – deductivo:** Para establecer los fundamentos que justifican al proyecto de creación de una microempresa.
- ✓ **Sistémico – estructural:** En la estructuración del proyecto de inversión para la creación y fundamentación de los servicios que prestará la microempresa de impresión de flores.
- ✓ **Comparación:** Para establecer comparaciones entre los servicios actuales que se prestan en la actualidad en materia de arreglos florales y los necesarios a incluir para cubrir la demanda actual.
- ✓ **Modelación:** Para la estructuración y fundamentación del proyecto de inversión.
- ✓ **Revisión de documentos:** En la determinación de los aspectos que justifican la elaboración de un proyecto de inversión para la creación de una microempresa de impresión de flores en Manta.
- ✓ **Encuestas:** Para conocer la satisfacción de la demanda en materia de arreglos florales con detalles impresos.
- ✓ **Entrevistas:** Para delimitar las exigencias en las demanda de los usuarios y los servicios que se prestan.



CAPITULO II

2. Estudio de Mercado

El Estudio de Mercado es una iniciativa empresarial, también es una herramienta importante del mercadeo, el cual nos permite la realización y obtención de datos, los mismos que sirven para saber si el proyecto es factible o no.

Un Estudio de Mercado sirve para tener conocimiento de la cantidad de consumidores que han de adquirir un bien o servicio que se va a ofertar en un espacio físico, durante un período y cuanto están dispuestos a pagar por ellos.

2.1. Objetivo General

Determinar la viabilidad comercial del proyecto de factibilidad de la microempresa “Multidetalles la Auxiliadora”.

2.2. Objetivos Específicos

- Proyectar la demanda del proyecto de inversión
- Identificar los competidores actuales y potenciales
- Proponer estrategias comerciales para el proyecto de inversión

2.3. Estructura del Mercado

2.3.1. Caracterización

El mercado dentro del cual se desenvolverá el presente proyecto será el mercado de Manta de la impresión de rosas naturales.

En el sector de las floristerías el área de impresión de rosas aún no ha sido explotada, puesto que en Manta aún no existe una empresa que ofrezca el producto.



Se puede afirmar que el mercado dentro del cual se desarrollara el proyecto es prácticamente virgen y aun no presenta barreras de entrada para nuevos competidores.

2.4. Segmentación

2.4.1. Segmentación Demográfica

Nuestro mercado potencial se ha segmentado demográficamente sin distinción de sexo, raza, religión.

2.4.2. Segmentación Psicográfica

Clase social: media, media-alta y alta.

Personalidad: Todas las personalidades.

2.4.3. Segmentación Geográfica

País: Ecuador

Provincia: Manabí

Cantón: Manta

Zona: Centro

Avenida: Flavio Reyes

2.5. Identificación del Producto a Comercializar

El producto que ofrecerá el proyecto es la Impresión de Rosas naturales de manera directa a los consumidores.

2.6. Características del Producto

Las rosas impresas son ofertadas con una calidad alta, sus impresiones se las realiza con equipos tecnológicos eficientes como lo es la impresora de rosas, la misma que trae incorporada una cámara donde contiene imágenes y frases para imprimirlas en las rosas.



Las rosas impresas que oferta la Microempresa “Multidetalles La Auxiliadora” son duraderas ya que se les aplica un líquido fijador para que el ciclo de vida de la rosa se alargue por 10 días.

Su empaque está diseñado con cartón y su parte posterior posee un plástico que permite que la rosa sea vista.

2.7. Uso

Sirve como detalle para fechas, momentos especiales y decoración de fiestas y eventos.

2.8. La Compañía

La impresión de mensajes en pétalos de rosas naturales es considerada como un producto innovador y creativo con gran aceptación del público, lo que se convierte en una fortaleza.

El proceso de impresión en rosas es sencillo y requiere de conocimientos básicos de computación. El personal con el que contara estará capacitado para su adecuado funcionamiento.

La ley Orgánica de la microempresa ecuatoriana, en su artículo segundo, señala que una microempresa es una unidad económica operada por personas naturales o jurídicas, dedicadas a la producción de bienes, servicios o comercio, que van desde el autoempleo hasta un máximo de diez trabajadores, que su capital no supere los \$ 20000,00 sin considerar inmuebles y vehículos y registrada en las diferentes Corporaciones de Cámaras de Microempresas Provinciales.

Se concluye que la puesta en marcha de Multidetalles La Auxiliadora, básicamente requiere de poca inversión.

2.9. Proveedores

La selección de proveedores debe ser un proceso cuidadoso, caso contrario podría afectar la competitividad de la microempresa. Una microempresa nueva en el mercado no puede fallarles a sus clientes, por ello se ha tratado de seleccionar minuciosamente los proveedores.



Teniendo en cuenta la seriedad, puntualidad en la entrega de los productos, la calidad de los insumos, precios y variedad.

Detalle de los Proveedores de materia prima e insumos:

Proveedores de Materia Prima e Insumos

PRODUCTO	PROVEEDOR	DIRECCION	TELEFONO
TINTA PARA IMPRESIÓN	API INTERNACIONAL	Av- 10 de Ag-N20 y Jorge Washington	2556789
PAPEL SEDA-CINTAS Y SUMINISTROS	DISTRIBUIDORA SANTY	Av de la Prensa N64-98 y Calle San Carlos	3537424
PAPEL SEDA-CINTAS Y SUMINISTROS	DILIPA	Av 19 de Ag. N° 9055	2418640
CAJAS DE CARTON	MICROEMPAQUES	San camilo Via Marianitas (Carapungo)	2824192
CAJAS DE CARTON	CORRUEMPAQUE COMPAÑÍA LIMITADA	Juan Molineros E9-81255 y de los Jazmines	2419887
ROSAS-CONTENEDORES Y GELATINAS D.	MUNDO FLORAL	Av Granados E14-700 y Shuaras	2463304
ROSAS-CONTENEDORES Y GELATINAS D.	SUPER FLORES FLOWER SHOP	Àv. Eloy Alfaro E14-44 y Granados	2275139
BARNIZ	LATIN TRADE BUSSINESS	Pedro Cando N59-81 y Av Tufiño	2248725

Elaborado: Fernando Manchay

2.10. Investigación de Mercado

2.10.1. Metodología de la Investigación

- ✓ **Análisis y síntesis:** Al caracterizar los servicios que prestan las empresas que hacen arreglos florales en Manta, así como la delimitación de las exigencias en la demanda.
- ✓ **Hipotético – deductivo:** Para establecer los fundamentos que justifican al proyecto de creación de una microempresa.
- ✓ **Sistémico – estructural:** En la estructuración del proyecto de inversión para la creación y fundamentación de los servicios que prestará la microempresa de impresión de flores.
- ✓ **Comparación:** Para establecer comparaciones entre los servicios actuales que se prestan en la actualidad en materia de arreglos florales y los necesarios a incluir para cubrir la demanda actual.
- ✓ **Modelación:** Para la estructuración y fundamentación del proyecto de inversión.
- ✓ **Revisión de documentos:** En la determinación de los aspectos que justifican la elaboración de un proyecto de inversión para la creación de una microempresa de impresión de flores en Manta.

- ✓ **Encuestas:** Para conocer la satisfacción de la demanda en materia de arreglos florales con detalles impresos.
- ✓ **Entrevistas:** Para delimitar las exigencias en las demanda de los usuarios y los servicios que se prestan.

2.11. Muestra

Muestra es el subconjunto representativo de una localidad, el mismo que infiere mediante su estudio las características de toda la población.

Se comenta que la muestra es representativa cuando por la forma en que ha sido elegida, contribuyen garantías aptas para realizar deducciones probas a partir de ella.

Las muestras se logran con el propósito de deducir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo.

El muestreo tiene como función primordial establecer que parte de una realidad en estudio (llámese a éste población) debe inspeccionarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

2.11.1. Determinación de la Muestra

El servicio que ofrece la Microempresa “Multidetalles La Auxiliadora”, está dirigido a los jóvenes y adultos de 19 a 50años de edad, que vivan en la ciudad de Manta, la encuesta realizada fue a 382 personas dentro de ese rango de edades.

2.11.2. Tamaño de la Muestra

Se utilizará una muestra estadística, la misma que será Análisis de Varianza, en la cual se utiliza una población significativa finita.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

**DATOS:**

$$n = ?$$

$P = (0,5)$ nivel de ocurrencia

$Q = (0,5)$ nivel de no ocurrencia

$Z = (1,96)$ nivel de confiabilidad

$e = (0,05)$ error de muestreo

$N = (87.792)$ mercado potencial

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(87.792)}{(1,96)^2 (0,5)(0,5) + (87.792)(0,05)^2}$$

n= 382 encuestas.

2.11.3. Recolección de la Información

Se realizó la recolección de información con el objetivo de conocer la cantidad de consumidores que están dispuestos a adquirir las rosas impresas.

La población colaboró con las encuestas realizadas, mismas que se mostrarán en el siguiente punto con sus respectivos cuadros estadísticos y análisis de cada una de las preguntas realizadas.



2.11.4. Análisis de los resultados

1.- ¿Le gusta obsequiar Rosas en ocasiones especiales?

Tabla N° 1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	350	91,62%
NO	28	7,33%
NO RESPONDIERON	4	1,05%
TOTAL	382	100,00%

Elaborado: Fernando Manchay

Grafico N° 1



Elaborado: Fernando Manchay

ANALISIS: Como se puede observar en el cuadro estadístico, el 92% de la población Mantense le gusta obsequiar rosas, ya que comentan que es un bonito detalle regalar dicho producto; mientras que el 7% no le gusta debido a que no les llama la atención obsequiar rosas de ningún tipo.

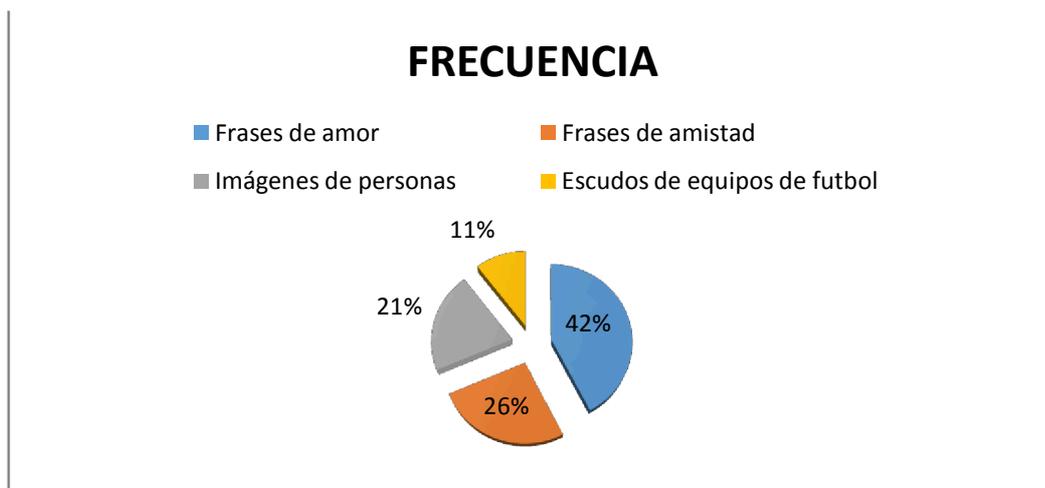
2.- ¿Qué diseños le gustaría que estén impresos en las rosas?

Tabla N°2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frases de amor	162	42,41%
Frases de amistad	100	26,18%
Imágenes de personas	80	20,94%
Escudos de equipos de futbol	40	10,47%
TOTAL	382	100,00%

Elaborado: Fernando Manchay

Grafico N°2



Elaborado: Fernando Manchay

ANALISIS: El 42% de los mantenses son románticos, ya que prefieren las rosas impresas con frases de amor; el 26% les gustaría que las rosas contengan impregnado frases de amistad en los pétalos, también el 21% de los ciudadanos les agrada que los diseños tengan imágenes de personas para regalar en cumpleaños y por último el 11% prefieren los escudos de equipo de futbol en sus rosas.

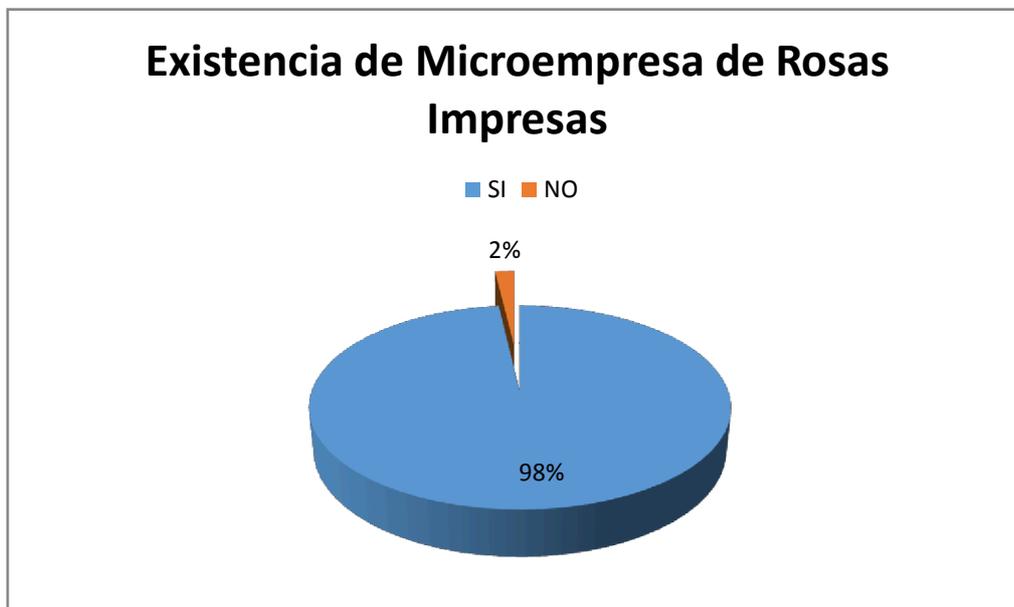
3.- ¿Le gustaría que exista una microempresa en Manta dedicada a ofertar rosas impresas con diferentes diseños?

Tabla N° 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	375	98,17%
NO	7	1,83%
TOTAL	382	100,00%

Elaborado: Fernando Manchay

Grafico N°3



Elaborado: Fernando Manchay

ANALISIS: El presente cuadro muestra satisfacción ya que el 98% de los ciudadanos de Manta desean que exista una microempresa dedicada a la venta de rosas impresas, debido a que no hay actualmente en la ciudad; y el 2% dio como respuesta un no porque no le gusta obsequiar rosas.

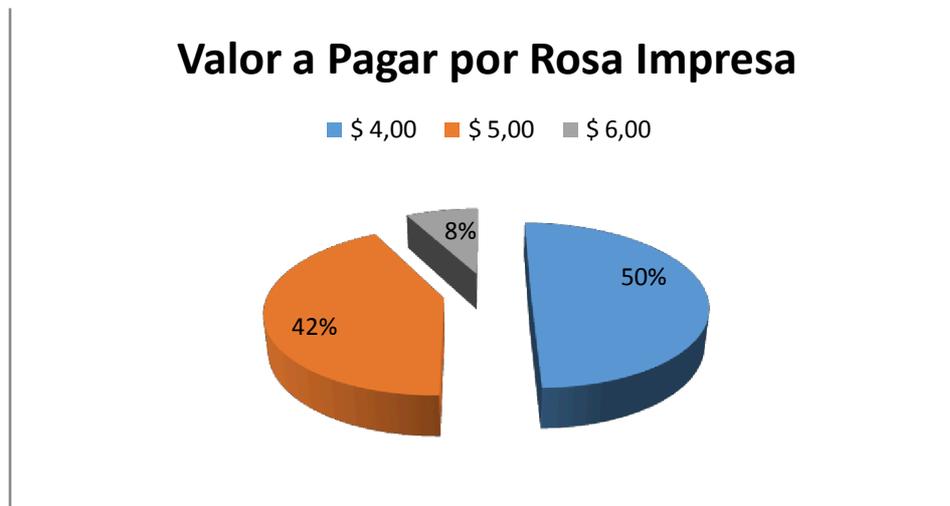
4.- ¿Qué cantidad de dinero está dispuesto a cancelar por una rosa impresa?

Tabla N° 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 4,00	190	49,74%
\$ 5,00	162	42,41%
\$ 6,00	30	7,85%
TOTAL	382	100,00%

Elaborado: Fernando Manchay

Grafico N° 4



Elaborado: Fernando Manchay

ANALISIS: Por una rosa impresa; el 49,74% de las personas coincidieron que están dispuestos a cancelar \$4,00 porque según ellos es un precio asequible, el 42,41% \$5,00 porque les parece cómodo el precio y mientras 7,85% cancelaría \$6,00.

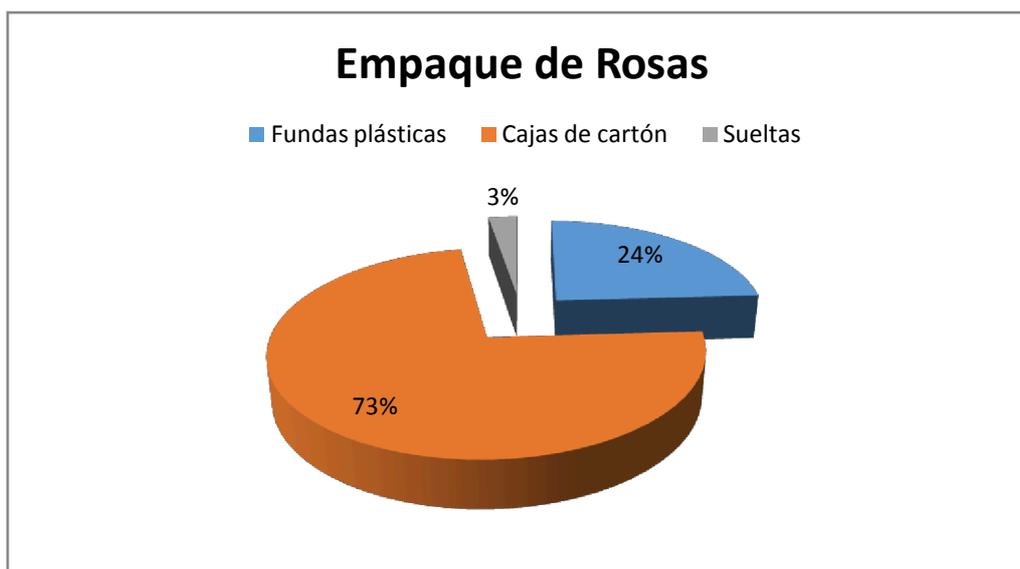
5.- ¿Cómo les gustaría que vayan empacadas las rosas impresas?

Tabla N° 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fundas plásticas	92	24,08%
Cajas de cartón	280	73,30%
Sueltas	10	2,62%
TOTAL	382	100,00%

Elaborado: Fernando Manchay

Grafico N°5



Elaborado: Fernando Manchay

ANALISIS: El 70% de los encuestados coincidieron en que es muy importante que las rosas sean empacadas, es por ello que el 73% quiere las rosas en cajas de cartón ya que de esa manera no sufrirán averías, mientras que el 24% las prefieren en fundas plásticas para que su modelo sea visible y por último el 3% las quiere sueltas por motivo de gustos.

6.- ¿Les gustaría que las microempresas que oferten rosas impresas en Manta tengan servicio DOOR to DOOR?

Tabla N°6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	346	90,58%
NO	36	9,42%
TOTAL	382	100,00%

Elaborado: Fernando Manchay

Grafico N°6



Elaborado: Fernando Manchay

ANALISIS: Debido a la globalización que ha surgido en el mundo entero, la comodidad en las personas es más aún y es por ello que el 91% de los encuestados prefieren que les lleven su producto al lugar donde ellos elijan y el 9% prefiere ir a la microempresa a adquirir las rosas impresas.



2.12. Perfil del Consumidor

A partir de la recolección y análisis de datos se puede decir que:

El cliente adquiere las Rosas en fechas y ocasiones especiales, la edad del potencial cliente está entre los 18 y 50 años, el presupuesto promedio para gastar por Rosa es de \$ 4,00.

Esperan un servicio a domicilio, las impresiones de preferencia debe ser con frases de amor, amistad y logos de equipos de futbol.

2.13. Análisis de la Demanda

Es importante porque de esta manera sabemos si el proyecto es viable, es sustancial que el producto tenga mercado.

2.14. Demanda

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad en un lugar geográfico específico, en un espacio de tiempo definido y aun precio determinado.²

Después de realizar las encuestas se puede decir que la demanda estimada para el presente producto será del 76% de las personas.

Esto quiere decir que el 76% de la población se convierte para la microempresa en potenciales clientes pues consideran interesante el imprimir en pétalos de rosas naturales y estarían dispuestos a adquirir rosas impresas.

El total de la población para el proyecto es 99802 y el 76% de esta población son 75850 habitantes, lo cual nos indica que esta es nuestra demanda estimada; sin embargo, de acuerdo al marketing, la publicidad es efectiva en tan solo 7 de cada 100 habitantes, esto quiere decir el 7 % por lo tanto nuestra demanda efectiva será de 5310 personas.

2.15. Proyección de la Demanda

² BARRENO, Luis, Manual de formulación y evaluación de proyectos, primera edición, Quito-Ecuador, 2004.p.20



La población de la demanda se realiza tomando en cuenta la tasa de crecimiento anual de la población de Manta.

Que de acuerdo con datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Se estima en 1,82%: Para proyectar la demanda tomaremos en cuenta la siguiente fórmula:

$$m = c (1 + i)^t$$

m= Proyección de la demanda

c= Demanda

i= Tasa de crecimiento poblacional

t= años

CUADRO N° 1
DEMANDA PROYECTADA

AÑOS	DEMANDA	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
1	5310	1.82%	5407
2	5407	1.82%	5606
3	5606	1.82%	5918
4	5918	1.82%	6361
5	6361	1.82%	6961

Fuente: INEC Elaborado
Fernando Manchay

2.16. Oferta

“La cantidad ofrecida de un bien o servicio es el monto que los productores planean vender durante un periodo dado a un precio específico, sin embargo, es importante tomar en cuenta que la cantidad ofrecida no siempre será igual a la cantidad que se venderá, algunas veces la cantidad ofrecida puede ser mayor a la demandada y otras puede ser menor”³.

³ AQUINO, Rita y otros, Posgrado en Gerencia Empresarial, Universidad Santa María de Caracas, Venezuela, <http://www.monografia.com/trabajos55/investigacion-oferta-demanda/investigacion-oferta-demanda2.shtml#refer>



En Manta actualmente no existe ninguna florería que ofrezca Rosas Naturales Impresas, sin embargo algunas florerías tiene ya establecido su mercado por lo que podrían convertirse en una amenaza, por ello se convierten en nuestra competencia indirecta.

2.17. Demanda Insatisfecha

“Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta al menos en parte, por el proyecto”, dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.⁴

También se dice demanda insatisfecha cuando el público no ha logrado acceder a cierto producto o servicio o si accedió no está satisfecho con él.

Para calcular la demanda insatisfecha es necesario conocer datos históricos, actuales y proyectados tanto de la demanda como de la oferta del producto, ya que su valor se obtiene al comparar la demanda proyectada versus la oferta proyectada.

Para el presente trabajo no existen datos históricos de la oferta, en vista de que los habitantes de Manta en su mayoría desconocen del servicio de impresión en pétalos de rosas.

Como consecuencia del desconocimiento de la población respecto del servicio de impresión de rosas, se hace imposible el cálculo de la demanda insatisfecha ya que sin conocer el producto el público no puede demandarlo, por lo tanto Multidetalles la Auxiliadora, debe dar a conocer su producto/ servicio y así crear su propia demanda, pues una vez que la población lo conozca, será posible medir la parte insatisfecha del mercado.

⁴ Universidad mayor de San Simón, Facultad de Ciencia y Tecnología
<http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap2.html>



CAPITULO III

3. Estudio Técnico

3.1. Objetivos

Apreciar los aspectos técnico – operativos obligatorios en el uso eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien, la aproximación y valorización de los recursos necesarios para el proyecto.

3.2. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o a la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto⁵.

Para determinar el tamaño de Multidetalles la Auxiliadora tomaremos en cuenta su demanda, que es directamente proporcional al crecimiento de la población, con dichas proyecciones se tendrá una idea clara del tamaño del proyecto.

El tamaño de la población que resulta después de la segmentación de mercado para Multidetalles la Auxiliadora son 99802 habitantes, de los cuales 75850 (76%) representan la demanda estimada, puesto que están dispuestos a adquirir una rosa impresa para halagar a sus seres queridos en una ocasión especial sin embargo de acuerdo al marketing, la publicidad efectiva para Multidetalles La Auxiliadora es del 7 de cada 100 habitantes lo que representa un 7%, por lo tanto la demanda efectiva para Multidetalles la Auxiliadora será de 5310 personas en forma anual, detalles en la siguiente tabla:

⁵ Miranda, José, Op.Cit.p.119

Cuadro N° 2**Estimación de la demanda para Multidetalles la Auxiliadora**

DEMANDA TOTAL	99802
% De alcance de Marketing y Publicidad	7%
Demanda de impresión de rosas	5310
Tasa de crecimiento anual	1,82%
Demanda estimada anual	5.407,00
Demanda estimada mensual	451

**Fuente : Estudio de mercado
Elaborado: Fernando Manchay**

3.3. Capacidad de Producción

La capacidad de producción “ se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo; es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados por ciclo de operación, puede plantearse como indicadores indirectos, como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o el valor agregado.”⁶

3.4. Capacidad Instalada

La cantidad máxima de bienes o servicios que se pueden obtener de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

Producción de Multidetalles la Auxiliadora en el primer año.

⁶ Ing. Vargas Martínez Jorge Enrique, MAD, Tamaño del Proyecto, www.itescam.edu.mx

**Cuadro N° 3****Capacidad instalada de Producción Multidetalles La Auxiliadora**

Total horas /año	3240
Semanas al año	52
Días / semana	7
Horas / día	9
Producción / hora	2
Producción / año	6480
Producción mensual	540

Elaborado: Fernando Manchay

En el siguiente cuadro, ilustramos la capacidad utilizada de producción por Multidetalles la auxiliadora durante el primer año.

Cuadro N° 4**Capacidad Utilizada**

Total horas /año	3240
Semanas al año	52
Días / semana	7
Horas / día	9
Producción / hora	1,64
Producción / año	5310
Producción mensual	443
Capacidad utilizada	61%

Elaborado: Fernando Manchay

Con la información señalada anteriormente es posible definir que Multidetalles La Auxiliadora utilizará en principio, el 61% de su capacidad instalada puesto que tendrá una demanda estimada anual de 5310 rosas impresas, esto quiere decir que deberá producir en forma mensual 443 productos, lo cual resulta en una producción diaria de 15 rosas impresas, que es bastante manejable, tomando en cuenta que es una microempresa, todo esto se hace suponiendo que cada cliente compre únicamente un producto al año.

3.5. Localización de la Planta

3.5.1. Macro localización

La microempresa será ubicada en la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí, República del Ecuador. Cuenta con una avenida de gran movimiento, la misma que posee obras de infraestructura necesaria.

3.5.2. Factores determinantes de la Localización

- Manta es una ciudad en constante crecimiento y desarrollo empresarial.
- La inexistencia del producto en el cantón
- Cuenta con un importante grupo de hoteles que pueden verse como potenciales clientes.

3.5.3. Micro localización

Las instalaciones de la microempresa serán en la avenida Flavio Reyes, de la ciudad de Manta.

3.5.4. Factores determinantes de la Localización

- Instalaciones adecuadas
- Facilidad para llegar
- Alta circulación vehicular
- Ubicación estratégica

Gráfico N° 7
Localización de la Microempresa





Fuente: Google heart

CAPITULO IV

4. Estudio Administrativo Legal

4.1. Objetivo

Determinar las funciones y tareas de quienes van a ser parte del proyecto, desarrollar estrategias y conocer las bases legales para el adecuado funcionamiento de la microempresa.

4.2. Planificación Estratégica

Según Kloter (1990) La planificación estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo.

4.3. Análisis de la situación Externa

Análisis del Mercado

Las Rosas Naturales Impresas se encuentran en etapa de introducción debido a los siguientes factores:

- Es un producto nuevo en las florerías del Ecuador.
- En Manta no existe este tipo de producto.

Estructura de mercado

El mercado de Rosas tiene la siguiente estructura:

- Goza de aceptación en cuanto a los arreglos florales
- Es impredecible la evolución que tenga en los siguientes años



4.4. Análisis de la Situación Interna

Análisis de la situación externa y externa de la microempresa de Rosas Naturales Impresas.

**Cuadro N° 5
FODA**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">♣ Calidad en el producto.♣ Precios competitivos.♣ Publicidad informativa y de conocimiento.♣ Lugar estratégico de la microempresa para la venta de las rosas impresas.♣ Adquisición de equipos tecnológicos que brindan la calidad del producto.♣ Producción permanente.♣ Rentabilidad.	<ul style="list-style-type: none">♣ El sistema económico es favorable.♣ Demanda creciente del mercado en productos como las rosas impresas.♣ Aprovechar las fallas que deja la competencia en el mercado.♣ Temporadas festivas, como San Valentín, día de la Madre, Navidad, etc.♣ Ampliar la demanda interprovincialmente.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">♣ Crecimiento de la competencia.♣ La mayor parte de la producción es ofertada al mercado local (Manta).	<ul style="list-style-type: none">♣ La materia prima es susceptible al medio ambiente.♣ Incremento del precio de la materia prima e insumos.

Elaborado: Fernando Manchay



4.4.1. Misión

Ofertar rosas impresas de calidad a los demandantes, mismas que contribuyan al posicionamiento de la Microempresa “Multidetalles La Auxiliadora” en el mercado de Manta a corto plazo.

4.4.2. Visión

Ser una microempresa LIDER en el mercado, confiable, segura y rentable.

4.4.3. Principios Y Valores Administrativos

- ✓ Bridar un producto de calidad.
- ✓ Trabajar con la ética y moral responsablemente.
- ✓ Compromiso de la organización de mantenerla en el mercado.

4.5. La Microempresa

4.5.1. Nombre Razón Social

“MULTIDETALLES LA AUXILIADORA”.

Esta microempresa se dedicará a ofertar rosas impresas con distintas clases de logos y frases, siempre ofertando a los gustos y preferencias del consumidor, la misma que conformada como una sociedad de hecho, actuará como sociedad sin haber sido tener Escritura de Constitución, mediante un contrato de notariado, siendo responsables sus socios.

4.5.2. Objetivos de la Microempresa

4.5.2.1. Objetivo General

Ofrecer flores impresas de excelente calidad, personalizadas de acuerdo a la necesidad de cada cliente en el mercado mantense, mediante la atención individualizada y la entrega a tiempo de los pedidos.

4.5.2.2. Objetivos Específicos

- Posicionar el nombre de Multidetalles La Auxiliadora, en la mente de los consumidores.
- Lograr el posicionamiento en el mercado a partir del segundo año de funcionamiento.



- Aumento del volumen de ventas en un 50% en fechas especiales
- Mantener el número de clientes insatisfechos por debajo del 3% del total de clientes
- Obtener utilidad a partir del segundo trimestre del primer año de puesta en marcha la empresa
- Obtener una utilidad neta del 20% del costo de cada producto después del segundo año de funcionamiento
- Incrementar ventas anuales de acuerdo a la tasa de incremento de la población
- Diversificar la red de proveedores a fin de lograr poder de negociación en volumen de compra.

4.5.3. Políticas

- Cobro contra factura en efectivo o con depósito bancario
- Compensación de insatisfacción mediante regalos de cortesía
- Cotización con mínimo dos proveedores antes de la adquisición de insumos
- Capacitación constante del equipo de trabajo
- Evaluación mensual de todos los procesos de la organización y aplicación de correctivos.

4.5.4. Modelo de servucción

Todo producto tiene su proceso de producción; así como todo servicio tiene un proceso de fabricación.

En otras palabras la servucción se refiere a la organización de todos los elementos que intervienen en la creación de un servicio; en este caso, en la impresión de Rosas Naturales, desde la concepción de ideas hasta la obtención de un resultado como tal.

Los elementos que conforman el proceso de fabricación de un servicio son:

El Cliente. A diferencia de los productos, en el servicio, el cliente es el actor, productor y consumidor del servicio, pues sin él, este no existiría.



Soporte Físico. Es el equivalente a la maquinaria que se utiliza en la producción; es decir se refiere al elemento material necesario para la producción del servicio. Existen dos clases de soporte físico:

Los instrumentos necesarios para la prestación del servicio, es decir, los objetos, muebles o maquinas que se requieren.

Para el presente proyecto se adquirirán una computadora, una impresora de pétalos de rosas, un escritorio sobre el que se colocaran las maquinas, jarrones de vidrio para colocar las flores en agua y estanterías para mostrar las diferentes opciones.

El entorno material en que se desarrolla el servicio o sea los edificios, decorados y disposición de los elementos que configuran el ambiente donde se presta el servicio.

El servicio de impresión de Rosas se lo prestara en un local ubicado en una zona comercial de la ciudad y su decoración tendrá congruencia con el tema de rosas.

El Personal de contacto. Se refiere a la mano de obra especializada en servicios; es decir, la persona que atenderá al cliente y estará en contacto directo con él.

En este proyecto, la persona encargada de atender al cliente será el mismo propietario de la empresa pues es la persona idónea y está preparada para satisfacer a cabalidad las necesidades de los consumidores, ya que conoce que en esta microempresa la atención amable y personalizada al cliente es de suma importancia para lograr que este regrese en otra ocasión.

Los elementos mencionados anteriormente conforman la parte visible de una empresa de servicios, pero existe la parte invisible conformada por:

El sistema de organización interna. Se refiere a las funciones clásicas de toda empresa (planificación, dirección y control) necesarias para la realización del servicio.

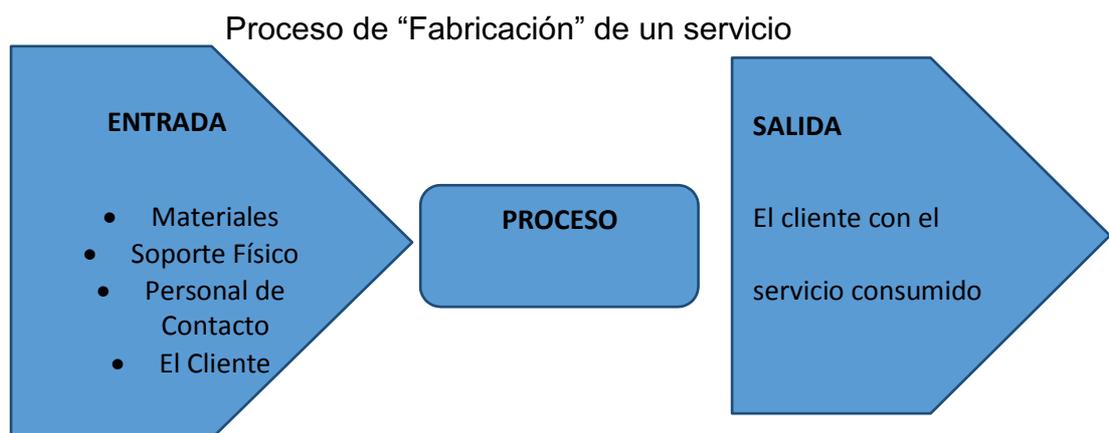
Por ser una microempresa de impresión de rosas la organización interna no es extensa, se deberán establecer estrategias para identificar los puntos débiles y mejorarlos, así como también planes y presupuestos que ayuden a evitar desperdicios y tener el stock necesario en flores y materiales principalmente en fechas como San Valentín y Día de la Madre.

Los demás clientes. Este punto se refiere principalmente a los proveedores quienes interactúan de diversos modos entre sí y con el personal de contacto, lo que influye en la calidad del servicio y en la percepción de dicha calidad.

Los proveedores para la microempresa serán principalmente distribuidoras de rosas al por mayor, pues es allí en donde se encuentran gran variedad de rosas a bajos precios. Es necesario tener diversificada la red proveedores para no depender únicamente de dos o tres, pues esto originaría poder de negociación de su parte y no es lo óptimo para la microempresa.

Esquemático del proceso de “Fabricación” del servicio se tiene:

Gráfico N° 8

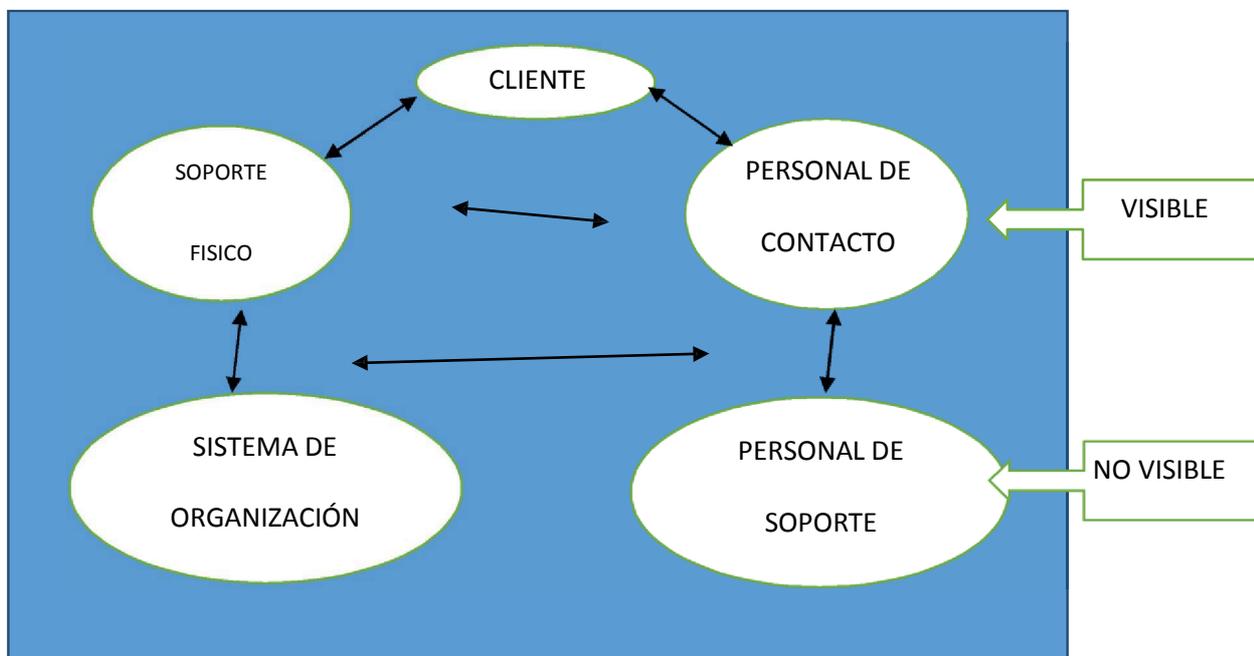


Elaboración: Fernando Manchay

Como se puede observar a diferencia de la producción de un bien tangible en donde se transforma la materia prima, en el servicio el cliente se encuentra tanto en la entrada como en la salida ya que es productor y consumidor del servicio.

El siguiente grafico muestra la forma de interactuar de los diferentes elementos del sistema de servucción.

Gráfico N° 9
Elementos de la Servucción

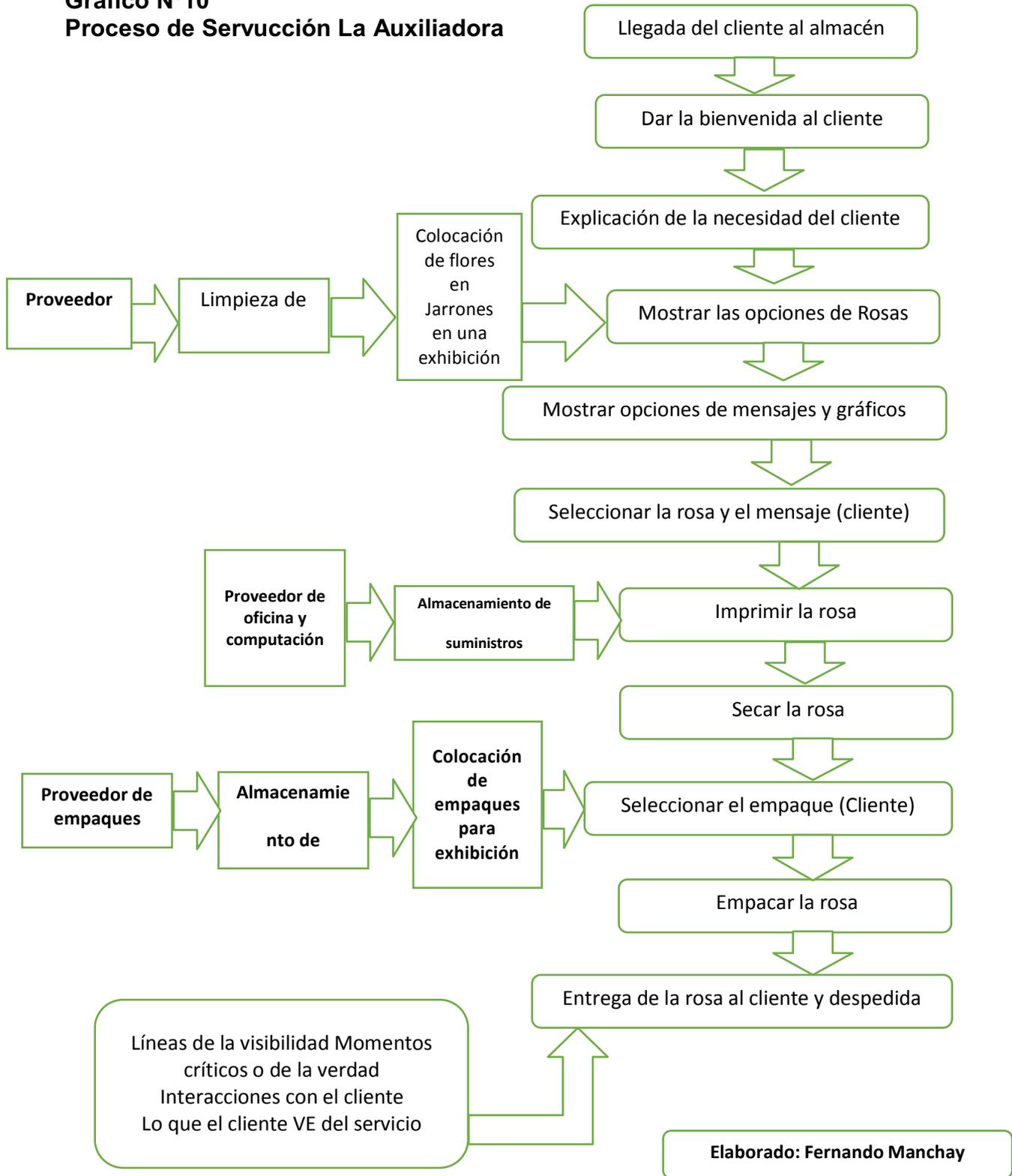


Fuente: Pierre, Eiglier y LangeardEri, Servucción el Marketing de servicios, Mc Graw Will 1999

El proceso de servucción en la microempresa de impresión en pétalos de rosas naturales se muestra a continuación:



Gráfico N°10
Proceso de Servucción La Auxiliadora

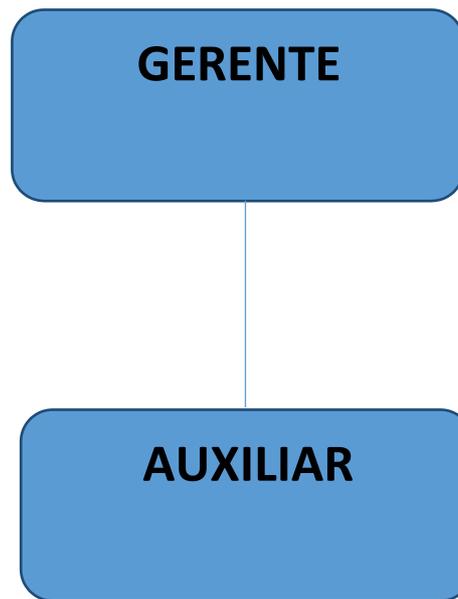


4.6. Organigramas

4.6.1. Organigrama Estructural

En el siguiente organigrama se representa la estructura gráfica de Multidetalles la Auxiliadora.

Gráfico N° 11
Estructural de Multidetalles La Auxiliadora



Fuente y Elaboración: Fernando Manchay

4.6.2. Organigrama Funcional

En el siguiente organigrama se incluyen las principales funciones que tienen asignadas cada una de las áreas representadas en el organigrama estructural.

Gráfico N° 12
Organigrama funcional de Multidetalles la Auxiliadora

Gerente

1. Planificar las actividades de la microempresa
2. Organizar el personal para que realice las tareas asignadas de forma eficiente
3. Buscar los proveedores de los insumos
4. Ofrecer la gama de opciones a los clientes
5. Tomar los pedidos a los clientes
6. Imprimir y empaçar las rosas
7. Llevar control de ingresos y egresos
8. Controlar el resultado de cada una de las tareas

Auxiliar

1. Localizar la dirección del envío en el mapa de Manta
2. Entregar al destinatario de rosas ordenadas por el cliente a tiempo
3. Hacer firmar la hoja de recibido al cliente
4. Entregar al cliente la factura

Fuente y Elaboración: Fernando Manchay



4.7. Infraestructura Y Equipamiento

4.7.1. Recursos

Se denomina recursos a los factores productivos, materiales o no, que una vez que se combinan en el proceso de producción agregan valor en la elaboración de bienes o servicios. Para el presente proyecto, los recursos que se necesitarán son los siguientes:

Tecnología

Al hablar de tecnología nos referimos al hardware, que comprende los equipos y herramientas físicas; y al software, que comprende los programas de computación, que se requieren para la ejecución de una tarea específica.

El hardware requerido para la microempresa de impresión de rosas es el siguiente:

Computadora. La computadora que se requiere debe poseer las siguientes características básicas de las que actualmente ofrece el mercado.

La microempresa de impresión de rosas contara con una computadora marca “Acer”, modelo “Aspire One” del tipo mini laptop con las siguientes características:

- Pantalla – 8,9 pulgadas
- Tipo de Pantalla – LCD
- Resolución – 1024 x 600 pixeles
- Procesador – Intel Atom
- Velocidad de procesador – 1,6 GHz
- Sistema operativo – Windows XP
- Memoria RAM – 1 GB
- Conexión de red – 10/100 Mbps Ethernet
- Conexión Wireless
- Disco Duro - 160 GB

- Lector de tarjetas – 5 en 1
- Webcam – Integrada
- Salida VGA – si
- Micrófonos y parlantes – integrados
- Batería – 3 celdas
- Duración de batería – 3 horas aproximadamente
- Dimensiones – 248 mm x 170 mm x 29 mm
- Color negro
- Peso - 01 kg

El precio actual del computador descrito es de \$ 600 dólares americanos y se lo puede adquirir en cualquier almacén de computadoras.

Imagen N° 7
Computadora Portátil



Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=computadoras+portatiles&source>

Impresora. La impresión de rosas se realiza con la ayuda de una impresora especial de rosas, la misma que trae consigo el programa (software) que se necesita para la impresión, las características son las siguientes:

- Calidad de impresión a color – 4800 x 1200 dpi
- Peso – 6kg
- Dimensiones – 460mm x 295mm x 250 mm
- Voltage – 220V 50Hz ó 110V 60 Hz

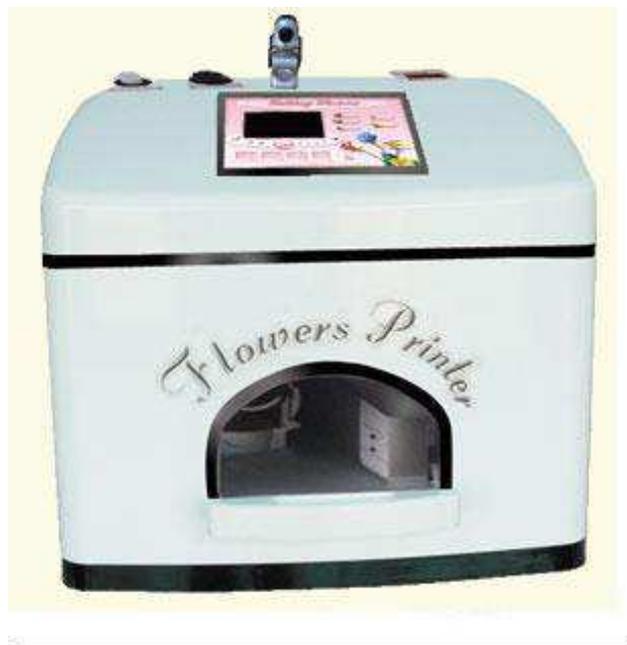
- Cámara de 3 megapíxeles con conexión de USB
- Dos sostenedores ajustables de rosas hechas de plástico duro
- Cd's de instalación del programa de impresión de rosas

El programa provee de cuatro diferentes formas para escoger los dibujos a imprimir:

- Galería predeterminada con 1800 dibujos para escoger
- Selección de archivos guardados en el computador
- Fotos tomadas en ese momento con la cámara externa conectada al computador
- Mensajes escritos y editados en ese momento, utilizando la ventana de escritura y edición de mensaje en el programa.

El precio actual de la descrita es de dos mil dólares americanos y para adquirirla es necesario hacer el pedido directamente a la empresa importadora del producto.

Imagen N° 8
Impresora de Rosas Naturales



Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=computadoras+portatiles&source>

Cuadro N° 6
Muebles y Equipos que se requieren

Cantidad	Equipo	Costo
1	Computador personal	600,00
1	Impresora de rosas	2.000,00
1	Silla giratoria	50,00
4	Jarrones de vidrio	20,00
	Total	2.670,00

Elaborado: Fernando Manchay

4.8. Comercialización

4.8.1. Producto

Multidetalles la auxiliadora ofrecerá a sus clientes la impresión de rosas, orquídeas, cartuchos o lirios; lo que en mayor cantidad se va a ofrecer son las rosas por motivo de precio y calidad.

Cabe resaltar que la misión de la microempresa no es ofrecer rosas, sino la personalización de estas con mensajes individuales en ellas.

Las rosas se ofrecerán de la siguiente manera:

- Rosa impresa en caja individual
- Rosa impresa en jarrita de vidrio con gelatinas decorativas
- Ramo de rosas

4.8.2. Empaque

La presentación en las que Multidetalles la Auxiliadora ofrecerá las rosas es diferente en sus empaques:

Rosa Individual en caja individual

Una vez que la rosa se haya impreso, se la empacará en una caja de cartón corrugado cuya tapa posee un visor plástico, el cual permite observar la rosa desde el exterior, la caja estará decorada con papel de seda en su interior, en la parte de afuera llevara un lazo para mejor presentación del producto.

Imagen N° 9 Rosa en caja individual



Fuente: <http://estatusfloristeria.com/>

Rosa impresa en contenedor de vidrio con gelatinas decorativas

Una vez que la rosa se haya impreso, se colocará en un contenedor de vidrio y en el fondo de este se ubicarán gelatinas de colores, cuya función será sostener la rosa y mantenerla húmeda.

Ramo de Rosas

Existen clientes quienes prefieren obsequiar ramo de rosas, estos son más vistosos, para esto ofrecemos una presentación que consiste en un arreglo grande con rosas, donde el mensaje que suele ir en una tarjeta, vaya impreso en las rosas que contiene el ramo.

4.9. Plaza

Las rosas se venderán en el local ubicado en la Av. Flavio Reyes de la ciudad de Manta y los pedidos a domicilio los llevara el motorizado al lugar que requiera el cliente. La venta será directa, por eso es importante que el marketing se aplique uno a uno, lo cual consiste en conocer gustos y preferencias de los clientes, para esto se estará monitoreando constantemente mediante una base de datos que se creara con los principales datos de los clientes.

4.10. Precio

Analizando una serie de factores y con el afán de establecer.

Un precio aceptable, señalamos los costos y variables por productos.

Cuadro N° 7
Costos Variables y Fijos del Producto

PRODUCTO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO TOTAL
Rosa impresa individual en caja	1,00	3,60	4,60
Rosa impresa individual en recipiente de vidrio con gelatinas decorativas	2,40	3,60	6,00
Ramo de rosas	11,42	3,60	15,02

Elaborado: Fernando Manchay

Una vez analizados los costos se ha procedido a establecer precios de acuerdo a la competencia y al precio q están dispuestos a pagar los clientes.

Cuadro N° 8
Precio de Venta

PRECIO DE VENTA POR PRODUCTO	PRECIO DE VENTA
Rosa impresa individual en caja	4,80
Rosa impresa individual en recipiente de vidrio con gelatinas decorativas	6,20
Ramo de rosas	20,17

Elaborado: Fernando Manchay

4.11. Promoción y Publicidad

No utilizaremos los medios convencionales, más bien nos enfocaremos en la estrategia (bajo la línea o BTL), esta publicidad es original y poco común. El objetivo es crear una relación personalizada entre el receptor del mensaje y la empresa, cosa que es imposible por medios tradicionales.

Este tipo de publicidad se lo denomina así, ya que su término “bajo la línea” deriva del hecho que es una publicidad más barata que la convencional.



La publicidad que Multidetalles La Auxiliadora será la que se describe a continuación:

Mensajes de texto masivo. Enviar mensajes de texto al celular de las personas que se encuentran en la base de datos, permite llegar a diversas personas, aunque no formen parte de nuestro mercado objetivo, sin embargo pueden ser clientes insatisfechos o no atendidos. El servicio de mensajería masiva de SMS tiene un costo de \$ 0,05 nuestra base de datos consta de 1000 registros iniciales, por lo tanto el costo mensual será de \$50 trimestral.

Gigantografías. Colocar una publicidad tipo banner de 1,50 mts x 0,75 mts en la vía pública.

Se mandara a elaborar 6 de estas a un costo de \$ 5 dólares, el costo será de \$ 30 dólares total.

Alianzas Estratégicas. Multidetalles La Auxiliadora no es una floristería, por lo que podríamos establecer alianzas estratégicas con floristerías para brindarles el servicio de impresión de rosas, de esta manera ellos podrían ofrecer un valor agregado a sus clientes, hasta podríamos colocar nuestra publicidad en sus floristerías.

Correos electrónicos masivos. Para las personas que no tienen tiempo para salir de sus hogares o de sus trabajos para buscar un obsequio, mediante los correos electrónicos llegaremos a ellos dando a conocer promociones y descuentos.

4.12. Empresa Unipersonal

Es una organización económica administrada por una persona emprendedora que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los \$ 30000 y el número de trabajadores no supera los 10. La microempresa en el Ecuador es un fenómeno social, la misma que comprende el 50% de la población económicamente activa. Los ecuatorianos nos caracterizamos por ser emprendedores.



Las razones por las que se piensa en una microempresa son:

- La libertad
- La independencia económica familiar
- La autorrealización

Para crear una microempresa es importante la formalización mediante el cumplimiento de ciertos requisitos básicos para el fortalecimiento que evite multas y sanciones.

Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas que generan obligaciones tributarias.

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria. Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, que inicien y realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador. Dentro de los primeros treinta días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional. Los requisitos para inscribir una microempresa son:

La cedula de identidad, el certificado de votación y llenar el formulario.

Patente Municipal

Es un comprobante de pago emitido por la administración municipal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipal, se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial.

Las personas naturales para sacar la patente municipal deben presentar:



Formulario de declaración del impuesto de patente, original y copia

- RUC, original y copia
- Copia de cedula de ciudadanía
- Copia del pago del impuesto predial del año en curso
- Formulario de categorización emitido por la oficina de Sanidad (solo para las que lo requieran)
- Calificación artesanal (en el caso de ser artesano)

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

En este capítulo el principal objetivo es determinar los costos, gastos y beneficios que se obtendrán al implementar la venta de rosas impresas y escritas “Multidetalles La Auxiliadora”

Las actuales condiciones del país obligan a realizar un estudio económico serio y detallado con el fin de observar la viabilidad del proyecto de impresión de rosas naturales a través del análisis de información cuantitativa, así como visualizar su crecimiento en el tiempo mediante la proyección de la información.

Los criterios que con los cuales se han determinado los valores de la proyección, tiene que ver con que los precios que se han tomado en cuenta son constantes, dicho de otra manera representan el poder adquisitivo en el momento de la formulación del proyecto, no se tomó en cuenta precios corrientes, ya que los costos de capital actuales, se recuperarían con dinero futuro menos valioso.

Conozcamos el tamaño del proyecto, para de esta manera determinar con precisión los montos de inversión requeridos.

**Cuadro N° 9
Tamaño del Proyecto**

Total horas /año	3240
Semanas al año	52
Dias / semana	7
Horas / día	9
Producción / hora	1,64
Producción / año	5310
Producción mensual	443
Capacidad utilizada	61%

Elaborado: Fernando Manchay

La demanda total se reduce en 7% debido al alcance del marketing, ya que de cada 100 personas la publicidad llega efectivamente a 7 de ellas.

Y además se ha tomado el supuesto de que cada futuro cliente únicamente adquiera un producto en forma anual, a pesar de que algunos probablemente adquieran rosas impresas más de una vez en el año.

Cuadro N° 10
Distribución de la demanda por Producto

PRODUCTO	%
Rosas impresas en empaque	41%
Rosas impresas en recipiente de vidrio	20%
Ramo de rosas	39%
Total	100%

Elaborado: Fernando Manchay

Los porcentajes de preferencia de los potenciales clientes para cada producto se traducen en cantidades de rosas impresas a ser vendidas de acuerdo con la demanda estimada en forma mensual y también en forma anual de acuerdo con la proyección de la demanda calculada como lo demuestran las siguientes tablas:

Cuadro N° 11
Proyección de Ventas mensuales según la Demanda

PRODUCTO	CANTIDAD	%
Rosas impresas en empaque	181,00	41%
Rosas impresas en recipiente de vidrio	89,00	20%
Ramo de rosas	173,00	39%
Total	443,00	100%

Elaborado: Fernando Manchay

Cuadro N° 12
Proyección de Ventas anuales según la Demanda

PRODUCTO	CANTIDAD	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rosas impresas en empaque	181,00	41%	2172	2.212	2.252	2.293	2.334
Rosas impresas en recipiente de vidrio	89,00	20%	1068	1.087	1.107	1.127	1.148
Ramo de rosas	173,00	39%	2076	2.114	2.152	2.191	2.231
Total	443,00	100%	5316	5.413	5.511	5.612	5.714

Elaborado: Fernando Manchay

5.1. Presupuestos de Inversiones

La microempresa para estar en marcha necesita de activos, en este capítulo haremos referencia a las inversiones, los cuales se clasifican en:

- Inversiones fijas
- Inversiones diferidas
- Capital de trabajo

5.2. Inversiones Fijas

Denominadas también activos fijos, son los bienes tangibles y perdurables, como los terrenos, edificios, equipos y muebles; adquiridos por la empresa no con la intención de venderlos sino con el fin de que contribuyan a la elaboración de un bien o a la prestación de un servicio durante su vida útil.

Multidetalles La Auxiliadora para que inicie sus actividades necesita de:

Cuadro N° 13
Muebles y Enseres

CANTIDAD	RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Modular	1.000,00					
1	Silla giratori	100,00			100,00		
Total de Activos		1.100,00			100,00		

Elaborado: Fernando Manchay

Cuadro N° 14
Equipo de Computación

CANTIDAD	RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Computador Personal	600,00				800,00	
1	Impresora de Rosas	2.000,00				2.500,00	
Total de Activos		2.600,00			-	3.300,00	

Elaborado: Fernando Manchay

5.3. Depreciación de Activos Fijos

La depreciación de los activos fijos, es la pérdida de valor, en el transcurso de tiempo, de los activos físicos por efecto del desgaste, agotamiento u obsolescencia.⁷

El Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, en su artículo 17 correspondiente a los gastos generales deducible del impuesto a la Renta, numeral 6; determina los siguientes porcentajes para la depreciación de los activos fijos en Ecuador:

Cuadro N° 15
Porcentaje de Depreciación anual de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	% DEPRECIACION
Inmuebles (excepto terrenos) naves, aeronaves, barcasas y similares	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20%
Equipos de computación y software	33%

Fuente: Reglamento de Aplicación de la Ley de régimen Tributario Interno

Elaboración: Fernando Manchay

En este proyecto se utilizará el método de línea recta para el cálculo de las depreciaciones. Este método se basa en el número de años de vida útil del activo; en la siguiente tabla se demuestra el equivalente del porcentaje de depreciaciones en años de vida útil de cada grupo de activos fijos.

Cuadro N° 16
Años de Vida Útil de los Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	% DEPRECIACION	AÑOS DE VIDA ÚTIL
Inmuebles (excepto terrenos) naves, aeronaves, barcasas y similares	5%	20
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%	10
Vehiculos, equipos de transporte y equipo caminero movil	20%	5
Equipos de computación y software	33%	3

Fuente: html.rincondelvago.com/depreciación.html

Elaborado: Fernando Manchay

El método de línea recta supone que el activo se deprecia por igual durante cada periodo contable, se utiliza la siguiente fórmula.

⁷ HAMILTON, Martin y PEZO Alfredo, Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados, Convenio Andrés Bello, 2005,p. 146.



$$VA - VR \text{ (ESTIMADO)}$$
$$= \frac{\quad}{\quad}$$

DP= Depreciación

VA= Valor de adquisición de activo

VR= Valor residual estimado

VU= Años de vida útil

A continuación el cuadro de la depreciación de los activos fijos de Multidetalles La Auxiliadora.

Cuadro N° 17
Depreciación de Activos Fijos

ACTIVO FIJO	COSTO	VR	VU	DEPR- AÑO 1	DEPR-AÑO 2	DEPR-AÑO 3	DEPR-AÑO 4	DEPR-AÑO 5
Computadora 1	600,00	60,00	3	180,00	180,00	180,00		
Computadora 2	800,00	80,00	3				240,00	240,00
Impresora 1	2.000,00	200,00	3	600,00	600,00	600,00		
Impresora 2	2.500,00	250,00	3				750,00	750,00
Modular	1.000,00	100,00	10	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Silla 1	100,00	10,00	10	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Silla 2	100,00	10,00	10			9,00	9,00	9,00
Total	7.100,00	710,00		879,00	879,00	888,00	1.098,00	1.098,00

Fuente y Elaboración: Fernando Manchay

5.4. Inversiones Diferidas

Activos diferidos, pertenecen a la compra de derechos o servicios que se necesitan para poner en marcha la microempresa, los cuales no son reembolsables o recuperables; estudios técnicos, jurídicos, económicos, gastos de constitución, pago por marca y patentes, capacitación.

Multidetalles La Auxiliadora incurrirá en las siguientes inversiones diferidas:

Gasto de Constitución.- Son gastos que se efectúan en el período pre-operativo de la empresa, cuando la empresa se está organizando para iniciar sus operaciones.⁸

Los gastos de constitución de Multidetalles La Auxiliadora, incluyen: gastos en permiso de funcionamiento, obtención del RUC (sin costo), pago de la patente municipal, impuestos notariales. El valor total para la constitución de una microempresa es de seiscientos dólares (\$600).

Cuadro N° 18
Activos Diferidos

ACTIVO DIFERIDO	COSTO
GASTOS DE CONSTITUCION	600,00
Total	600,00

Fuente: Municipio de Manta

Elaborado: Fernando Manchay

5.5. Amortización de Activos Diferidos

Es la cantidad deducida del valor contable de un activo intangible en cada periodo de tiempo, en el Ecuador la Constitución permite amortizar los activos diferidos hasta en 5 años.

Cuadro N° 19
Amortización de Activos Diferidos

ACTIVO DIFERIDO	COSTO	AÑOS	AMORTIZACION ANUAL
GASTOS DE CONSTITUCION	600,00	5,00	120,00
Total	600,00		120,00

Elaborado: Fernando Manchay

5.6. Capital de Trabajo

Desde el punto de vista contable el capital de trabajo es la diferencia existente entre el activo circulante y el pasivo circulante. El capital de trabajo está conformado por los recursos monetarios que necesita.

⁸ ELIZONDO, Arturo, Proceso Contable 3: Contabilidad del activo y pasivo, Tercera Edición, Cengage Learning Editores, 2003, p.16



La empresa para iniciar sus actividades, así poder cubrir los gastos correspondientes del primer período de operación. “El proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos”⁹.

El capital de trabajo depende de los desembolsos para cubrir gastos de corto plazo: arriendos, sueldos, pagos de servicios, compra de materia prima para cubrir la primera producción, cuentas por pagar, cuentas por cobrar.

Detalle del capital de trabajo que requiere Multidetalles La Auxiliadora para financiar el primer mes de producción.

Cuadro N° 20
Capital de Trabajo

CONCEPTO	VALOR
MATERIA PRIMA	700,00
MOD	
SUELDO PROPIETARIO	300,00
APORTE PATRONAL	36,45
CIF	
ARRIENDO	400,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
SUMINISTROS DE OFICINA	30,00
INTERNET	20,00
TELEFONO	20,00
GASTOS DE VENTAS	
PUBLICIDAD	271,83
SUELDO DE MENSAJERO	300,00
APORTE PATRONAL	36,45
TOTAL	2.114,73

5.7. Resumen de las Inversiones

Para tener claro cuál es el monto para las inversiones se detalla en el siguiente cuadro:

⁹ MIRANDA, Jose. Op. Cit. P. 181

Cuadro N° 21 Presupuesto de Inversiones

ACTIVO FIJO	RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Computadora	600,00				800,00	
Impresora	2.000,00				2.500,00	
Modular	1.000,00					
Silla giratoria	100,00			100,00		
TOTAL	3.700,00			100,00	3.800,00	
INVERSIONES DIFERIDAS						
Gastos de Constitución	600,00					
Capital de Trabajo	2.114,73					
TOTAL INVERSIONES	6.414,73			100,00	3.800,00	

Elaborado: Fernando Manchay

5.8. Costos de Producción

Llamados también costos de operación, gastos que son necesarios para mantener un proyecto.

Dentro de la empresa podemos identificarlos:

- Costos de fabricación
- Gastos Administrativos
- Gastos de Ventas
- Gastos Financieros

5.9. Costos de Fabricación

Son aquellos que se vinculan directamente con la fabricación de producto o la prestación del servicio.¹⁰

5.10. Materia Prima

Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentran en estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa.¹¹

La materia prima se clasifica en directa e indirecta. Directa cuando es fácilmente rastreable y su precio es representativo y la cantidad atribuible es significativa, indirecta cuando son materiales complementarios, pero son imprescindibles en la fabricación del producto.

¹⁰ MIRANDA, Jose. Op. Cit. p. 187

¹¹ ZAPATA, Pedro, Contabilidad de Costos: Herramientas para la toma de decisiones, McGraw Hill, Bogota – Colombia, 2007, p.10



En este proyecto fue necesario conocer el costo total individual por cada producto, por lo que hay casos en los que se ha dividido el precio por la cantidad mínima que se puede adquirir y así obtener el precio unitario.

Es importante dar a conocer que de una botella de barniz se realizan 500 impresiones, con una tarrina de gel decorativo se elaboran 10 arreglos y para cada arreglo se necesita un metro de cinta.

Esto es importante conocer para interpretar en detalle los cuadros que a continuación se presenta de los costos de materia prima de los productos de Multidetalles La Auxiliadora.

Cuadro N° 22
Rosa Impresa Individual en caja individual

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO UNITARIO
Materia Prima Directa			
Rosa	25	2,50	0,10
Materia Prima Indirecta			
Caja	1	0,56	0,56
Papel Seda	1	0,03	0,03
Cinta	90 mts	1,20	0,01
Stickers	1	0,02	0,02
Tinta para impresión	1	25,00	0,05
Barniz	1 botella	25,00	0,05
Total			0,82

Elaborado: Fernando Manchay

Cuadro N° 23
Rosa impresa individual en contenedor de vidrio con gelatinas decorativas

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO UNITARIO
Materia Prima Directa			
Rosa	25	2,50	0,10
Materia Prima Indirecta			
Contenedor de vidrio	1	1,50	1,50
Gelatinas decorativas	1 tarrina	1,50	0,15
Cintas	90 mts	1,20	0,01
Stickers	1	0,02	0,02
Tinta para impresión	1	25,00	0,05
Barniz	1 botella	25,00	0,05
Total			1,88

Elaborado: Fernando Manchay



Cuadro N° 24
Ramo de Rosas

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO UNITARIO
Materia Prima Directa			
Ramo de Rosas	1	10,00	10,00
Materia Prima Indirecta			
Cinta	90 mts	1,20	0,01
Stickers	1	0,02	0,02
Tinta para impresión	1	25,00	0,05
Barniz	1 botella	25,00	0,05
Total			10,13

Elaborado: Fernando Manchay

A continuación la siguiente tabla muestra los costos de materia prima directa para “Multidetalles La Auxiliadora”, de acuerdo a la proyección de la demanda que se detalla al inicio del capítulo.



Cuadro N° 25
Proyección de Costos Materia Prima Directa

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
				CANTIDAD	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Rosas impresas en empaque	0,10	181,00	18,10	2172	217,2	2.212	221	2.252	225	2.293	229	2.334	233,45
Rosas impresas en recipiente de vidrio	0,10	89,00	8,90	1068	106,8	1.068	107	1.087	109	1.107	111	1.127	112,74
Ramo de rosas	10,00	173,00	1.730,00	2076	20760	2.114	21.138	2.152	21.523	2.191	21.914	2.231	22.313,09
Total		443,00	1.757,00	5316	21084	5.393	21.466	5.491	21.856	5.591	22.254	5.693	22.659,28

Elaborado: Fernando Manchay

En la siguiente tabla se detallan los costos totales proyectados de acuerdo a la demanda proyectada para Multidetalles La Auxiliadora.

Cuadro N° 26
Proyección de Costos de Materia Prima por Productos de acuerdo a la demanda

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
				CANTIDAD	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Rosas impresas en empaque	0,82	181,00	148,42	2172	1781,04	2.212	1.813	2.252	1.846	2.293	1.880	2.334	1.914,28
Rosas impresas en recipiente de vidrio	1,88	89,00	167,32	1068	2007,84	1.068	2.008	1.087	2.044	1.107	2.082	1.127	2.119,48
Ramo de rosas	10,13	173,00	1.752,49	2076	21029,88	2.114	21.413	2.152	21.802	2.191	22.199	2.231	22.603,16
Total		443,00	2.068,23	5316	24818,76	5.393	25.234	5.491	25.693	5.591	26.161	5.693	26.636,92

Elaborado: Fernando Manchay



5.11. Presupuesto de Compras de Materia Prima

Para calcular el valor de las compras de materia prima es importante determinar, la cantidad y el valor del inventario final de materia prima que se estima en cada período.

Para Multidetalles La Auxiliadora se estima que el inventario final de materia prima corresponde al 1,5% del volumen de ventas proyectado para cada período, el detalle está representado en la siguiente tabla.

Cuadro N° 27
Volúmenes de Ventas, Inventarios y Producción (en cantidades)

UNIDADES	ROSAS EN CAJA	ROSAS EN VIDRIO	RAMO DE ROSAS	TOTAL
MES				
VENTAS PROYECTADAS	181	89	173	443
INVENTARIO FINAL	3	1	3	
INVENTARIO INICIAL				
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	184	90	176	
AÑO 1				
VENTAS PROYECTADAS	2172	1068	2076	5316
INVENTARIO FINAL	33	16	31	
INVENTARIO INICIAL	3	1	3	
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	2202	1083	2104	
AÑO 2				
VENTAS PROYECTADAS	2212	1068	2114	5394
INVENTARIO FINAL	33	16	32	
INVENTARIO INICIAL	19	12	17	
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	2226	1072	2129	5427
AÑO 3				
VENTAS PROYECTADAS	2252	1087	2152	5491
INVENTARIO FINAL	34	16	32	
INVENTARIO INICIAL	20	12	17	
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	2266	1091	2167	5524
AÑO 4				
VENTAS PROYECTADAS	2293	1107	2191	5591
INVENTARIO FINAL	34	17	33	
INVENTARIO INICIAL	22	14	19	
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	2305	1110	2205	5620
AÑO 5				
VENTAS PROYECTADAS	2334	1127	2231	5692
INVENTARIO FINAL	35	17	33	
INVENTARIO INICIAL	22	14	19	
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	2347	1130	2245	5722



Cuadro N° 28
Resumen de Inventario Final de Materia Prima (dólares)

PRODUCTO	COSTO UNITARI	CANTIDAD	COSTO TOTAL	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
				CANTIDAD	COSTO TOTAL								
Rosas impresas en empaque	0,82	3,00	2,46	33	27,06	33	27,06	34	27,55	34	28,05	35	28,56
Rosas impresas en recipiente de vidrio	1,88	1,00	1,88	16	30,08	16	30,08	16	30,63	17	31,18	17	31,75
Ramo de rosas	10,13	3,00	30,39	31	314,03	32	319,75	32	325,56	33	331,49	33	337,52
Total		7,00	34,73	80	371,17	81	376,89	82	383,74	84	390,73	85	397,84

Elaborado: Fernando Manchay

Una vez determinado el valor del inventario final de materia prima, sabemos cuánto dinero se necesita para realizar las compras de acuerdo a la demanda, pues esta delimita el tamaño de la microempresa.

Cuadro N° 29
Presupuesto de compras de Materia Prima

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONSUMO	24818,76	25234	25693	26161	26636,92
INV. FINAL	317,17	376,89	383,74	390,73	397,84
INV. INICIAL		317,17	376,89	383,74	390,73
COMPRAS REQUERIDAS	25135,93	25293,72	25699,85	26167,99	26644,03

Elaborado: Fernando Manchay



5.12. Sueldos de Mano de Obra Directa

Se considera mano de obra directa a las personas que participan directamente en el proceso de transformación de un bien o en la prestación de servicio. En el caso de Multidetalles La Auxiliadora, el propietario será, quien se encargue de imprimir, empacar y dejar las rosas listas para la venta. Para el tercer año se contratará una asistente que se encargue de esta función.

En el siguiente cuadro detallamos los sueldos de mano de obra directa con las respectivas prestaciones legales y proyecciones anuales. Cabe anotar que para el tercer año el sueldo del propietario deja de pertenecer a la mano de obra directa ya que se contrata una asistente que se encargara de la producción, de esta manera el propietario pasa a ser parte de la administración directamente.

Cuadro N° 30
Sueldos de Mano de Obra directa

PERSONAL	CANTIDAD	SALARIO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE 12,15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL AÑO
AÑO 1								
PROPIETARIO	1	300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	-	4.655,40
TOTAL AÑO 1		300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	-	4.655,40
AÑO 2								
PROPIETARIO	1	300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
TOTAL AÑO 2		300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
AÑO 3								
ASISTENTE	1	300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
TOTAL AÑO 3		300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
AÑO 4								
ASISTENTE	1	300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
TOTAL AÑO 4		300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
AÑO 5								
ASISTENTE	1	300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
TOTAL AÑO 5		300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40

Elaborado: Fernando Manchay



5.13. Costos Indirectos de Fabricación

Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. En general, incluyen todos los costos indirectos necesarios para el funcionamiento de una estructura y que no pueden asignarse directamente a la producción como: energía, alquileres, seguros contra incendio, depreciaciones de bienes de uso, etc.¹²

La mayoría de los CIF son de naturaleza fija; por lo tanto, el CIF por unidad aumenta a medida que disminuye la producción y disminuye cuando esta se incrementa.

Multidetalles la Auxiliadora además de la materia prima indirecta, considera como CIF al arriendo puesto que es un costo indirecto que afecta a la producción (menos producción, el costo a ser repartido para cada producto aumenta) y además las depreciaciones de la maquinaria en este caso la computadora y la impresora; es importante anotar que la depreciación en el año cuatro cambia debido a la adquisición de una nueva computadora e impresora como se detalló en el cuadro de inversiones.

Cuadro N° 31
Costos Indirectos de fabricación

MATERIA PRIMA INDIRECTA							
PRODUCTO	COSTO UNITARIO	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROSA EN CAJA INDIVIDUAL	0,72	130,32	1.563,12	1.448,64	1.621,44	1.650,96	1.680,48
ROSA EN CONTENEDORES DE VIDRIO	1,78	158,42	1.901,04	1.934,86	1.970,46	2.006,06	2.043,44
RAMO DE ROSAS	0,13	22,49	269,88	274,82	279,76	284,83	290,03
	2,63	311,23	3.734,04	3.658,32	3.871,66	3.941,85	4.013,95
OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN							
ARRIENDO		400,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
DEPRECIACIONES DE MAQUINARIA		73,25	879,00	879,00	888,00	999,00	999,00
TOTAL OTROS CIF		473,25	5.679,00	5.679,00	5.688,00	5.799,00	5.799,00
TOTAL CIF		784,48	9.413,04	9.337,32	9.559,66	9.740,85	9.812,95

¹² <http://www.elprisma.com/apuntes/cursos.asp?id=6132>



5.14. Gastos Administrativos

Son aquellos que incurren en la administración del negocio y no están relacionados con la manufactura o ventas¹³, sueldos, servicios básicos, suministros, depreciaciones y amortizaciones.

Para el caso de Multidetalles La Auxiliadora, el sueldo del propietario a partir del tercer año pasa a formar parte de los gastos administrativos, anteriormente se explicó que a partir de este año se contratará a una asistente y el propietario pasaría a encargarse de la parte administrativa.

**Cuadro Nº 32
Sueldo Personal Administrativo**

PERSONAL	CANTIDAD	SALARIO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE 12,15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL AÑO
AÑO 3								
PROPIETARIO	1	400,00	4.800,00	400,00	318,00	583,20	400,00	6.501,20
TOTAL AÑO 3		400,00	4.800,00	400,00	318,00	583,20	400,00	6.501,20
AÑO 4								
PROPIETARIO	1	400,00	4.800,00	400,00	318,00	583,20	400,00	6.501,20
TOTAL AÑO 4		400,00	4.800,00	400,00	318,00	583,20	400,00	6.501,20
AÑO 5								
PROPIETARIO	1	400,00	4.800,00	400,00	318,00	583,20	400,00	6.501,20
TOTAL AÑO 5		400,00	4.800,00	400,00	318,00	583,20	400,00	6.501,20

Elaborado: Fernando Manchay

**Cuadro Nº 33
Gastos Administrativos**

DETALLE	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES	8,25	99,00	99,00	108,00	108,00	108,00
AMORTIZACIONES	10,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
SUMINISTROS DE OFICINA	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
INTERNET	20,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
TELEFONO	20,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
TOTAL	80,00	1.059,00	1.059,00	1.068,00	1.068,00	1.068,00

¹³ WARREN, Carl, Contabilidad Administrativa, Octava Edición, Editorial Thomson, 2005, p. 16



5.15. Gastos de Ventas

Gastos que se generan por la comercialización y entrega la entrega de artículos terminados a los clientes¹⁴.

Multidetalles La Auxiliadora, incluye entre sus gastos de ventas el sueldo y sus correspondientes prestaciones de un mensajero/repartidor que se encargará de llevar las rosas al lugar donde el cliente las requiera, además los gastos incurridos tanto en comercialización como en publicidad y sus proyecciones para dar a conocer a la microempresa.

Cuadro N° 34
Sueldo personal de Ventas

PERSONAL	CANTIDAD	SALARIO	SUELDO	DECIMO	DECIMO	APORTE	FONDOS DE	TOTAL AÑO
	AD	UNIFICADO	ANUAL	TERCERO	CUARTO	12,15%	RESERVA	
AÑO 1								
MENSAJERO	1	300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	-	4.655,40
TOTAL AÑO 1		300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	-	4.655,40
AÑO 2								
MENSAJERO	1	300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
TOTAL AÑO 2		300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
AÑO 3								
MENSAJERO	1	300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
TOTAL AÑO 3		300,00	3.600,00	300,00	318,00	437,40	300,00	4.955,40
AÑO 4								
MENSAJERO	1	340,00	4.080,00	340,00	318,00	495,72	340,00	5.573,72
TOTAL AÑO 4		340,00	4.080,00	340,00	318,00	495,72	340,00	5.573,72
AÑO 5								
MENSAJERO	1	340,00	4.080,00	340,00	318,00	495,72	340,00	5.573,72
TOTAL AÑO 5		340,00	4.080,00	340,00	318,00	495,72	340,00	5.573,72

Elaborado: Fernando Manchay

¹⁴ WARREN, Carl. Op. Cit. p. 16



Cuadro N° 35
Otros Gastos de Venta

DETALLE	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMERCIALIZACION						
JARRONES	1,67	20,04	20,04	20,04	20,04	20,04
PUBLICIDAD						
MENSAJES DE TEXTO M	16,67	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
GIGANTOGRAFÍA	2,50	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
PRENSA ESCRITA	236,00	2.832,00	2.832,00	2.832,00	2.832,00	2.832,00
TOTAL	256,84	3.082,04	3.082,04	3.082,04	3.082,04	3.082,04

Elaborado: Fernando Manchay



5.16. Resumen de Costos de Fabricación, Gastos Administrativos y de Ventas.

Cuadro N° 36

Resumen de Costos de Fabricación, Gastos Administrativos y de Ventas.

COSTOS DE FABRICACIÓN						
DETALLE	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	1.757,00	21.084,00	21.466,00	21.856,00	22.254,00	22.659,28
MANO DE OBRA DIRECTA	300,00	4.655,40	4.955,40	4.955,40	4.955,40	4.955,40
CIF						
MATERIA PRIMA INDIRECTA	311,23	3.734,04	3.658,32	3.871,66	3.941,85	4.013,95
ARRIENDOS	400,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
DEPRECIACION DE MAQUINARIA	73,25	879,00	879,00	888,00	999,00	999,00
TOTAL COSTOS DE FABRICACION	2.841,48	35.152,44	35.758,72	36.371,06	36.950,25	37.427,63
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
SUELDOS				6.501,20	6.501,20	6.501,20
DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSE	8,25	99,00	99,00	108,00	108,00	108,00
AMORTIZACIONES		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
SUMINISTROS DE OFICINA	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
INTERNET	20,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
TELEFONO	20,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	78,25	1.059,00	1.059,00	7.569,20	7.569,20	7.569,20
GASTOS DE VENTAS						
GASTOS DE VENTAS		4.655,40	4.955,40	4.955,40	5.573,72	5.573,72
JARRONES	1,67	20,04	20,04	20,04	20,04	20,04
PUBLICIDAD	256,84	3.082,04	3.082,04	3.082,04	3.082,04	3.082,04
TOTAL GASTOS DE VENTAS	258,51	7.757,48	8.057,48	8.057,48	8.675,80	8.675,80
TOTAL GASTOS Y COSTOS	3.178,24	43.968,92	44.875,20	51.997,74	53.195,25	53.672,63

Elaborado: Fernando Manchay



5.17. Ingresos del Proyecto

Los ingresos corresponden al dinero que recibe la empresa por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio.

Con el fin de determinar el presupuesto de ingresos, es necesario conocer el volumen de ventas de la empresa, para ello se debe considerar la cantidad de productos a ser vendidos en cada período y su precio unitario.

Para Multidetalles La Auxiliadora la cantidad de producto a ser vendido está determinado por la demanda y para establecer el precio se utilizará el método de fijación en base a la competencia, el cual consiste en que los precios de Multidetalles La Auxiliadora mantengan relación con el precio de los competidores.

Este método permite utilizar una estrategia de penetración en el mercado, con la cual se establecerán inicialmente precios bajos, para entrar en el mercado actual que, por el momento, sólo conoce a la competencia.

Para fijar los precios bajo este método es importante conocer los precios de la competencia, pero también es preciso conocer los costos que se deben cubrir y a éstos añadirles una utilidad para impedir que la empresa tenga pérdidas.

Los costos y gastos que se deben cubrir con el fin de obtener utilidad se dividen en fijos y variables. Los costos fijos son independientes del nivel de producción de la empresa, es decir, permanecen constantes durante un período determinado sin importar el volumen de producción y su valor total se distribuye en partes iguales a todos los productos fabricados; costos fijos: arriendos, teléfono, internet, etc. Los costos variables cambian en forma proporcional al nivel de producción de la empresa, por ejemplo la materia prima y la publicidad.



Hay que aclarar que cuando se menciona competencia, se hace referencia a las floristerías de Manta y los lugares que ofrecen rosas impresas en Quito y Guayaquil.

Cuadro N° 37

Clasificación de Gastos y Costos en Fijos y Variables		
RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
MATERIA PRIMA DIRECTA		21.084,00
MANO DE OBRA DIRECTA	4.655,40	
MATERIA PRIMA INDIRECTA		3.734,04
ARRIENDOS	4.800,00	
DEPRECIACION MAQUINARIA	879,00	
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERE	99,00	
AMORTIZACIONES	120,00	
SUMINISTROS DE OFICINA	360,00	360,00
INTERNET	240,00	
TELÉFONO	240,00	
SUELDOS DE VENTAS	4.655,40	
JARRONES	20,04	20,04
PUBLICIDAD	3.082,04	
TOTAL	19.150,88	25.198,08

Elaborado: Fernando Manchay

Al dividir el valor de los costos fijos entre 5316 (volumen de ventas anuales) resulta un costo fijo para cada producto de \$ 3,60. Para conocer el costo variable por producto es necesario distribuir su valor total entre todos los productos que ofrece la empresa; sin embargo, esta distribución no puede ser homogénea debido a que existen productos que absorben en mayor porcentaje los costos variables que otros.

En el siguiente cuadro se detalla la distribución de los otros costos variables.



Cuadro Nº 38
Distribución de Costos Variables por Productos

PRODUCTO	PORCENTAJE DE DISTRIBUCION DE OTROS COSTOS VARIABLES	CANTIDAD ANUAL A PRODUCIR	OTROS COSTOS VARIABLES TOTALES	OTROS COSTOS VARIABLES UNITARIOS
ROSA EN CAJA INDIVIDUAL	10,79%	2172	390,96	0,18
ROSA EN CONTENEDOR DE VIDRIO	15,32%	1068	555,36	0,52
RAMO DE ROSAS	73,89%	2076	2678,04	1,29
TOTALES	100,00%	5316	3624,36	

Elaborado: Fernando Manchay

En el siguiente cuadro se detalla el total de los costos variables por producto (materia prima + otros costos variables).

Cuadro Nº 39
Total Costos Variables por Productos

PRODUCTO	COSTO MATERIA PRIMA	OTROS COSTOS VARIABLES	TOTAL COSTO VARIABLE
ROSA EN CAJA INDIVIDUAL	0,82	0,18	1,00
ROSA EN CONTENEDOR DE VIDRIO	1,88	0,52	2,40
RAMO DE ROSAS	10,13	1,29	11,42

Elaborado: Fernando Manchay

Una vez calculado el costo variable por producto y el costo fijo a ser distribuido a todos los productos, es posible estimar el costo total por producto.



Cuadro N° 40
Estimación de Costo Total por Producto

PRODUCTO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO TOTAL
ROSA EN CAJA INDIVIDUAL	0,82	0,18	1,00
ROSA EN CONTENEDOR DE VIDRIO	1,88	0,52	2,40
RAMO DE ROSAS	10,13	1,29	11,42

Elaborado: Fernando Manchay

Una vez estimado el costo total por producto Multidetalles La Auxiliadora ha establecido los siguientes precios para sus productos.

Cuadro N° 41
Estimación de Precio por Producto

PRECIO DE VENTA POR PRODUCTO	PRECIO DE VENTA
Rosa impresa individual en caja	4,80
Rosa impresa individual en recipiente de vidrio con gelatinas decorativas	6,20
Ramo de rosas	20,17

Elaborado: Fernando Manchay

Las siguientes tablas muestran el valor del ingreso mensual y anual proyectado, tomando en cuenta el volumen de venta por producto.

Cuadro N° 42
Ingresos Mensuales por Productos

PRECIO DE VENTA POR PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	CANTIDAD	VENTAS
Rosa impresa individual en caja	4,80	181,00	868,80
Rosa impresa individual en recipiente de vidrio con gelatinas decorativas	6,20	89,00	551,80
Ramo de rosas	20,17	173,00	3.489,41
TOTAL		443,00	4.910,01



Cuadro N° 43
Ingresos Anuales por Productos

PRODUCTO		PRECIO UNITARIO	MENSUALES		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
			CANTIDAD	VENTAS	CANTIDAD	VENTAS	CANTIDAD	VENTAS	CANTIDAD	VENTAS	CANTIDAD	VENTAS	CANTIDAD	VENTAS
Rosas impresas en empaque	40,86%	4,80	181,00	868,80	2172	10.425,60	2.212	10.615,35	2.252	10.808,55	2.293	11.005,26	2.334	11.205,56
Rosas impresas en recipiente de vidrio	20,09%	6,20	89,00	551,80	1068	6.621,60	1.068	6.621,60	1.087	6.742,11	1.107	6.864,82	1.127	6.989,76
Ramo de rosas	39,05%	20,17	173,00	3.489,41	2076	41.872,92	2.114	42.635,01	2.152	43.410,96	2.191	44.201,04	2.231	45.005,50
Total	100%		443,00	4.910,01	5316	58.920,12	5.393	59.871,95	5.491	60.961,62	5.591	62.071,12	5.693	63.200,82

Elaborado: Fernando Manchay



5.18. Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica muy usada para determinar el punto en que los ingresos totales no bastan para cubrir los costos totales¹⁵, es decir el punto donde los ingresos son iguales a los costos y por lo tanto no existe ni pérdida ni ganancia.

Para calcular el punto de equilibrio es necesario conocer el precio de venta unitario del producto, los costos variables unitarios y los costos fijos totales.

$$\text{UTILIDAD} = \text{INGRESO} - \text{COSTOS}$$

$$\text{UTILIDAD} = (P \cdot Q) - (\text{COSTOS FIJOS} + \text{COSTOS VARIABLES})$$

$$\text{UTILIDAD} = (P \cdot Q) - (\text{CF} + \text{CV}) \text{ En donde } \text{CV} = Q \cdot \text{Cvu}$$

$$\text{UTILIDAD} = (P \cdot Q) - \text{CF} - (Q \cdot \text{Cvu})$$

$$\text{UTILIDAD} = Q(P - \text{Cvu}) - \text{CF}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \text{UTILIDAD} = 0$$

$$0 = Q(P - \text{Cvu}) - \text{CF}$$

$$\text{Formula del Punto de Equilibrio es: } = \frac{\text{CF}}{P - \text{Cvu}}$$

$$\text{Margen de Contribución} = P - \text{Cvu}$$

Cuadro N° 44
Punto de Equilibrio por Productos

PRODUCTO	PORCENTAJE DE VENTAS	COSTOS FIJOS	PRECIO	Cvu	CANTIDAD DE EQUILIBRIO	INGRESO DE EQUILIBRIO
Rosas impresas en empaque	40,86%	7.825,05	4,80	1,00	2.059	9.884
Rosas impresas en recipiente de vidrio	20,09%	3.847,41	6,20	2,40	1.012	6.277
Ramo de rosas	39,05%	7.478,42	20,17	11,42	855	17.239
Total	100,00%	19.150,88			3.926	33.401

Elaborado: Fernando Manchay

¹⁵ ROBINS, Stephen y COULTER Mary, Administración, Octava Edición, Editorial Prentice Hall 2005, p. 2016



A continuación se presenta el punto de equilibrio en forma gráfica para cada producto; para lo cual se utilizaron las siguientes formulas:

INGRESO: Precio X Cantidad

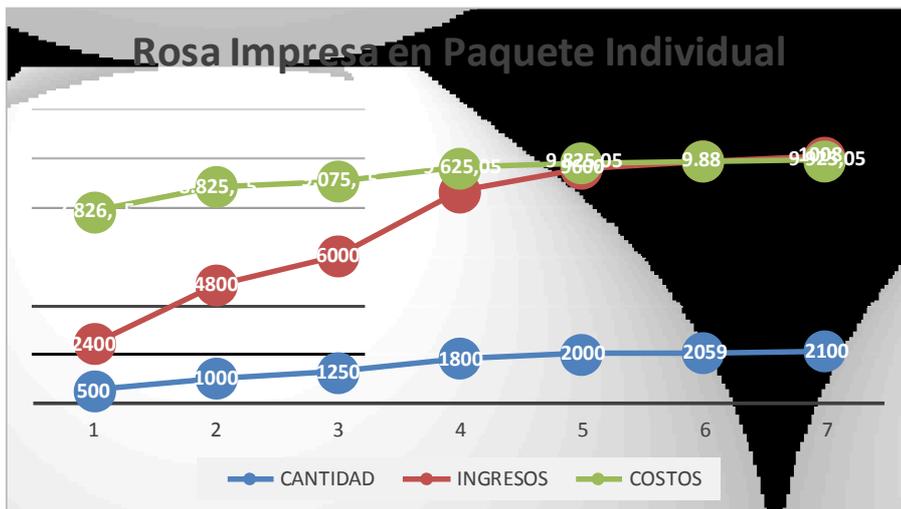
COSTOS: (Costo Variable Unitario X Cantidad) + Costos Fijo

Cuadro N° 45

ROSA IMPRESA EN CAJA INDIVIDUAL		
CANTIDAD	INGRESOS	COSTOS
500	2400	7.826,05
1000	4800	8.825,05
1250	6000	9.075,05
1800	8640	9.625,05
2000	9600	9.825,05
2059	9.884	9.884
2100	10080	9.925,05

Elaborado: Fernando Manchay

Gráfico N° 13



Elaborado: Fernando Manchay



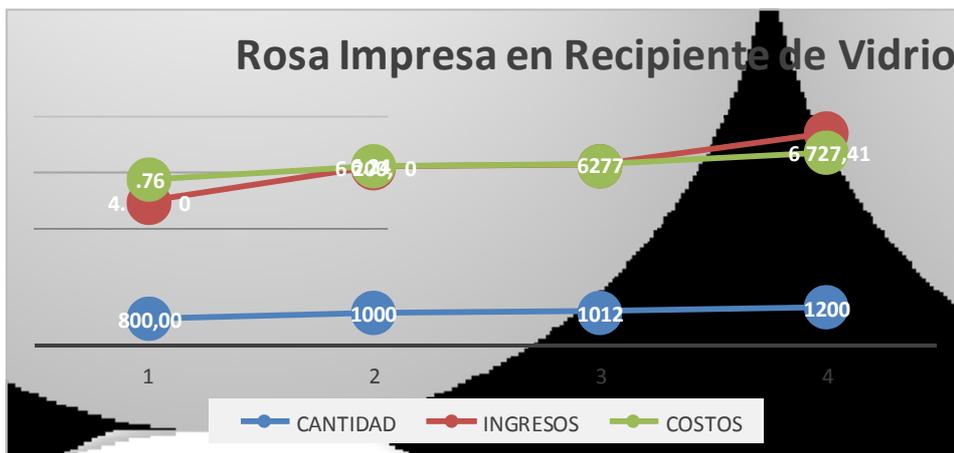
El punto de equilibrio para la rosa impresa en caja individual son 2059 unidades, lo que representa un ingreso y un costo de \$9884.

Cuadro N° 46
Rosa Impresa en Recipiente de Vidrio

CANTIDAD	INGRESOS	COSTOS
800,00	4.960,00	5.767
1000	6.200,00	6.247
1012	6277	6277
1200	7440	6.727,41

Elaborado: Fernando Manchay

Gráfico N° 14



Elaborado: Fernando Manchay

El punto de equilibrio para la rosa impresa en recipiente de vidrio son 1012 unidades, lo que representa un costo y un ingreso de \$ 6277.

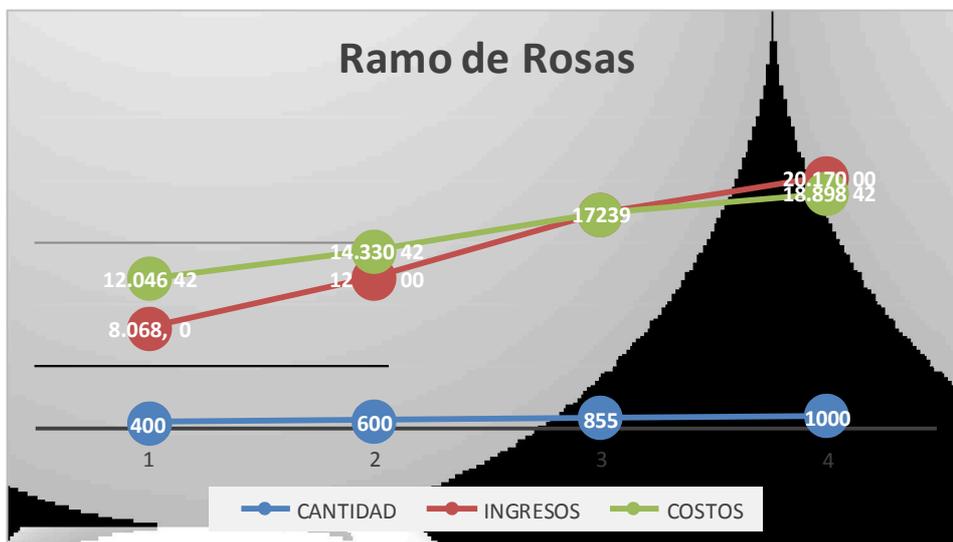


Cuadro Nº 47
Ramo de Rosas

CANTIDAD	INGRESOS	COSTOS
400	8.068,00	12.046,42
600	12.102,00	14.330,42
855	17239	17239
1000	20.170,00	18.898,42

Elaborado: Fernando Manchay

Gráfico Nº 15



Elaborado: Fernando Manchay

El punto de equilibrio para el ramo de rosas son 855 unidades, lo que representa un ingreso y un costo de \$17239.



5.19. Estados Financieros Proforma

Se denomina estado financiero proforma porque se hacen a una fecha o periodo futuro. Estos estados financieros están basados en cálculos estimativos de transacciones que aún no se han realizado; por lo tanto, se puede decir que un estado financiero proforma es un estado estimado que acompaña frecuentemente a un presupuesto.

En el presente proyecto los estados financieros que se elaborarán son:

- Estado de Resultados
- Balance General
- Flujo Neto de Fondos

5.20. Estado de Resultados

Es el estado financiero que muestra el aumento a la disminución que sufre el capital contable o patrimonio de la empresa como consecuencia de las operaciones practicadas durante un período de tiempo, mediante la descripción de los diferentes conceptos de gastos, costos, ingresos¹⁶.

El estado de Resultado de Multidetalles La Auxiliadora se muestra a continuación:

¹⁶ AVILA MACEDO, Juan Jose. Op. Cit, p. 68



Cuadro N° 48

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO														
	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5	
VENTAS			58.920,12			59.878,58			60.954,84			62.062,27		63.189,87
ROSAS EN CAJA		10.425,60			10.617,60			10.809,60			11.006,40			11.203,20
ROSAS EN VIDRIO		6.621,60			6.621,60			6.739,40			6.863,40			6.987,40
RAMO DE ROSAS		41.872,92			42.639,38			43.405,84			44.192,47			44.999,27
(-) COSTOS DE			38.886,48			39.117,04			39.942,72			40.592,10		41.141,58
INV. INICIAL DE					317,17			376,89			383,74			390,73
(+) COMPRAS	25.135,21			25.184,04			25.734,51			26.202,84			26.680,34	
(=) M.P.	25.135,21			25.501,21			26.111,40			26.586,58			27.071,07	
(-) INV. FINAL	317,17			376,89			383,74			390,73			397,84	
(=) M.P.UTILIZADA		24.818,04			25.124,32			25.727,66			26.195,85			26.673,23
M.O. DIRECTA		4.655,40			4.655,40			4.655,40			4.655,40			4.655,40
CIF		9.413,04			9.337,32			9.559,66			9.740,85			9.812,95
(=) MARGEN DE			20.033,64			20.761,54			21.012,12			21.470,17		22.048,29
(-) GASTOS			8.816,48			9.116,48			15.626,68			16.245,00		16.245,00
GASTOS		1.059,00			1.059,00			7.569,20			7.569,20			7.569,20
GASTOS DE		7.757,48			8.057,48			8.057,48			8.675,80			8.675,80
(=) UTILIDAD			11.217,16			11.645,06			5.385,44			5.225,17		5.803,29
(-) 15%			1.682,57			1.746,76			807,82			783,78		870,49
(=) UTILIDAD			9.534,59			9.898,30			4.577,62			4.441,39		4.932,80
(-) 25% Impuesto			2.383,65			2.474,58			1.144,41			1.110,35		1.233,20
(=)UTILIDAD			7.150,94			7.423,73			3.433,22			3.331,05		3.699,60
(-) 5% RESERVA			357,55			371,19			171,66			166,55		184,98
(=) UTILIDAD			6.793,39			7.052,54			3.261,56			3.164,49		3.514,62

Elaborado: Fernando Manchay



5.21. Balance General

Este balance consta de tres partes: activo, pasivo y capital contable, es el estado financiero que muestra la situación financiera de una empresa en una determinada fecha.

El activo representa a todos los bienes, recursos y derechos con los que cuenta la empresa y que sirven para llevar a cabo sus operaciones.

El pasivo son todas las deudas y obligaciones que tiene la empresa.

El capital contable es la suma de aportaciones de los propietarios modificada por los resultados de la empresa, es el capital social más las utilidades o menos las pérdidas¹⁷.

ACTIVO= PASIVO + PATRIMONIO

¹⁷ AVILA MACEDO, Juan José, Introducción a la contabilidad, Editorial Umbral, 2002, p. 16



Cuadro N° 49 Balance General Projectado

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5			
ACTIVOS												
ACTIVOS CORRIENTES			59.237,29		60.255,47		61.338,58		62.453,00		63.587,71	
CAJA - BANCOS		41.244,08			41.915,01		42.668,39		43.443,59		44.232,91	
CUENTAS POR COBRAR		17.676,04			17.963,57		18.286,45		18.618,68		18.956,96	
INVENTARIO MATERIA PRIMA		317,17			376,89		383,74		390,73		397,84	
ACTIVO FIJO												
MUEBLES Y ENSERES			2.821,00		1.942,00		1.063,00		4.134,00		2.655,00	
MODULAR	1.000,00	910,00		1.000,00	820,00		1.000,00	730,00	1.000,00	640,00	1.000,00	550,00
(-)-DEP. ACUMULADA MODULAR	90,00			180,00			270,00		360,00		450,00	
SILLA GIRATORIA	100,00	91,00		100,00	82,00		100,00	73,00	100,00	64,00	100,00	55,00
(-)-DEP. ACUM. SILLA G.	9,00			18,00			27,00		36,00		45,00	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN												
COMPUTADOR PERSONAL	600,00	420,00		600,00	240,00		600,00	60,00	1.200,00	480,00	1.200,00	300,00
(-) DEP. COMPUTADOR PERSONAL	180,00			360,00			540,00		720,00		900,00	
IMPRESORA DE ROSAS	2.000,00	1.400,00		2.000,00	800,00		2.000,00	200,00	5.500,00	2.950,00	2.500,00	1.750,00
(-) DEP. IMPRESORA ROSAS	600,00			1.200,00			1.800,00		2.550,00		750,00	
ACTIVO DIFERIDO			480,00		480,00		480,00		480,00		480,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		600,00			600,00			600,00		600,00		600,00
(-) AMORT. GASTOS CONST.		120,00			120,00			120,00		120,00		120,00
TOTAL ACTIVOS			62.538,29		62.677,47		62.881,58		67.067,00		66.722,71	
PASIVOS												
CUENTAS POR PAGAR		10.542,00			10.733,00			10.928,00		11.127,00		11.329,64
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR		2.383,65			2.474,58			1.144,41		1.110,35		1.233,20
UTILIDADES TRABAJADORES POR PAGAR		1.682,57			1.746,76			807,82		783,78		870,49
TOTAL PASIVO			14.608,22		14.954,34		12.880,23		13.021,13		13.433,33	
PATRIMONIO												
CAPITAL		40.779,13			40.299,40			46.568,13		50.714,83		49.589,78
RESERVA LEGAL		357,55			371,19			171,66		166,55		184,98
UTILIDAD DEL EJERCICIO		6.793,39			7.052,54			3.261,56		3.164,49		3.514,62
TOTAL PATRIMONIO			47.930,07		47.723,13		50.001,35		54.045,87		53.289,38	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			62.538,29		62.677,47		62.881,58		67.067,00		66.722,71	



5.22. Flujo Neto de Caja

Tiene que ver con las entradas y salidas de dinero, durante un período; Su estructura y aplicación son de vital importancia en el campo financiero. Demuestra el movimiento de ingresos y egresos. El estado de flujo de caja determinará si existe superávit (sobrante) o déficit (faltante)¹⁸.

Para la construcción del flujo de neto de caja, debemos conocer el flujo de inversiones y el flujo de producción.

Para la construcción del flujo de producción tendremos en cuenta la utilidad del ejercicio, depreciaciones, amortizaciones y reservas.

Cuadro N° 50
Flujo de Producción

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD PARA SOCIOS	6.723,39	7.052,54	3.261,56	3.164,49	3.514,62
(+)DEPRECIACIONES	879,00	879,00	888,00	1.098,00	1.098,00
(+)AMORTIZACION DIFERIDOS	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
(+) RESERVA LEGAL	357,55	371,19	171,66	166,55	184,98
(=)FLUJO DE PRODUCCIÓN	8.079,94	8.422,73	4.441,22	4.549,04	4.917,60

Elaborado: Fernando Manchay

En el siguiente cuadro se muestra el flujo de caja proyectado para Multidetalles La Auxiliadora en cinco años y tomando en cuenta el año cero que es donde se realiza la inversión inicial.

¹⁸ SARMIENTO, Rubén, Contabilidad General, Tercera Edición, Quito-Ecuador, 1998, p. 329



Cuadro N° 51
Flujo Neto de Caja Proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE INVERSIÓN	(6.413,70)			(100,00)	(3.800,00)	
FLUJO DE PRODUCCIÓN		8.079,94	8.422,73	4.441,22	4.549,04	4.917,60
FLUJO NETO DE CAJA	(6.413,70)	8.079,94	8.422,73	4.341,22	749,04	4.917,60

Elaborado: Fernando Manchay



5.23. Evaluación Financiera

La evaluación financiera tiene como finalidad demostrar si el proyecto es viable en las condiciones de financiamiento planteadas y determinar los márgenes de variación de esas condiciones dentro de las cuales se mantiene la viabilidad demostrada¹⁹.

En este proyecto para la evaluación financiera se utilizarán los siguientes indicadores:

- Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Periodo de Recuperación de la Inversión
- Relación Costo Beneficio (B/C)

5.24. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

El inversionista antes de invertir tiene presente que lo que desea es obtener ganancia y espera que su dinero crezca en términos reales. En todo país hay inflación aunque su valor sea pequeño, crecer en términos reales significa ganar un rendimiento superior a la inflación, si se gana un rendimiento igual a la inflación el dinero no crece, simplemente mantiene su poder adquisitivo.

La TMAR es la tasa mínima de rendimiento que requiere una inversión para ser considerada aceptable.

TMAR= Inflación + Premio al riesgo

¹⁹ Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, Guía para la presentación de proyectos, Edición N° 27, Siglo XXI Editores, 2006, p. 128



El crecimiento del dinero es el denominado premio al riesgo, el inversionista siempre arriesga su dinero y por arriesgarlo merece una ganancia adicional sobre la inflación, a mayor riesgo se merece mayor ganancia²⁰.

Con una competencia no muy fuerte de otros productores el valor al premio al riesgo puede fluctuar desde un 5%, pues el riesgo de la inversión es relativamente bajo, hasta un valor de 50 a 60% anual, para inversiones de mayor riesgo. Este valor lo da el propietario de la empresa, ya que la prima de riesgo es el valor que el inversionista desea que su inversión crezca por encima de la inflación, indica el crecimiento real del patrimonio de la empresa.²¹

El cálculo de la TMAR para Multidetalles La Auxiliadora:

TMAR= inflación + premio al riesgo

TMAR= 5,41% + 10%

TMAR= 15,41%

5.25. Valor Actual Neto

Permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.²²

Formula del VAN

$$V = -I + \frac{VF1}{1+i t} + \frac{VF2}{1+i t} + \frac{VF3}{1+i t} + \dots,$$

²⁰http://www.itson.mx/dii/mconant/materias/ingeco/cap31_33htm

²¹http://www.itson.mx/dii/mconant/materias/ingeco/cap31_33htm

²² UNIVERSIDAD PRIVADA DEL VALLE, el valor actual neto en Excel, Lic. Ronald Paz Schueler, 2009.
http://www.univalle.edu/publicaciones/compas_emp/compas02/pagina02.htm



En donde:

Io= Inversión Inicial

VF= Flujos de Caja Futuros

i= tasa de descuento

t= año de calculo

El VAN para Multidetalles La Auxiliadora se calcula de la siguiente manera:

Cuadro N° 52
Valor actual Neto

AÑOS	RESULTADO ESPERADO	BENEFICIO NETO ACTUALIZADO O 15,41%	BENEFICIO NETO ACTUALIZADO 40%	BENEFICIO NETO ACTUALIZADO 45%
0	-6413,7	-6413,7	-6413,7	-6413,7
1	6723,39	5825,66	4802,42	4636,82
2	7052,54	5294,91	3598,23	3354,36
3	3261,56	2121,75	773,23	1069,85
4	3164,49	1783,73	823,74	715,87
5	3514,62	1716,57	653,49	548,33
		16742,62	10651,11	10325,23
	VAN	10328,92	4237,41	3911,53

Elaborado: Fernando Manchay

Cuando el VAN es mayor que cero, quiere decir que la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida y por lo tanto el proyecto se lo puede aceptar; cuando el VAN es menor que cero, quiere decir que la inversión producirá pérdida por lo tanto el proyecto debe rechazarse; y, cuando el VAN es igual que cero quiere decir que la inversión no producirá ni pérdida ni ganancia por lo que se debe analizar otros factores para tomar la decisión de invertir o no en el proyecto.



El VAN para Multidetalles La Auxiliadora es mayor a cero, lo que quiere decir que si se debe invertir en el presente proyecto ya que a una tasa del 15,41% el proyecto generará \$ 10328,92 a valor actual.

5.26. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno nos ofrece en términos relativos la rentabilidad del proyecto²³.

Para conocer si un proyecto es conveniente:

Si la TIR es mayor a la tasa mínima aceptable resulta conveniente invertir en el proyecto ya que este producirá una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (coste de oportunidad); si la TIR es menor a la tasa mínima aceptable es aconsejable rechazar el proyecto ya que su rentabilidad es menor que la rentabilidad mínima requerida.

Formula de la TIR:

$$TIR = T_e + T_a - T_e \left(\frac{VAN_{TMe}}{VAN_{TMe} + VAN_{TMa}} \right)$$

Donde:

TMe= Tasa Menor

TMa= Tasa Mayor

La TIR para Multidetalles La Auxiliadora se calcula de la siguiente manera:

$$TIR = T_e + T_a - T_e \left(\frac{VAN_{TMe}}{VAN_{TMe} + VAN_{TMa}} \right)$$

²³ ARGUEDAS, Raquel y NOGUERAS, María Teresa, Planificación, Dirección y gestión financiera de empresas turísticas, Editorial Universitaria Ramón Areces, 2007.



$$\begin{aligned}Tl &= 40 + 45 - 40 \left(\frac{4237,41}{4237,41 + 3911,53} \right) \\Tl &= 40 + 5 \left(\frac{4237,41}{8148,94} \right) \\Tl &= 40 + 2,59 \\TIR &= 2,9\%\end{aligned}$$

La tasa que iguala al VAN a cero es \$ 42,59%, lo que quiere decir que el proyecto es viable ya que supera la tasa mínima aceptable de rendimiento que es de 15,41%.

5.27. Período de Recuperación de la Inversión.

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.²⁴ Es decir nos permiten determinar en cuantos periodos de tiempo se va a recuperar la inversión inicial.

Para Multidetalles La Auxiliadora el período de recuperación de capital es el siguiente:

Cuadro Nº 53

Cálculo del Período de la Recuperación del Capital

AÑOS	FLUJO EN EFECTIVO	ACUMULACION DE FLUJOS EN EFECTIVO
0	(6.413,70)	
1	8.079,94	8.079,94
2	8.422,73	16.502,67
3	4.341,22	20.843,89
4	749,04	21.592,93
5	4.917,60	26.510,53

Elaborado: Fernando Manchay

²⁴ <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>



Como se puede observar, en el año uno los flujos suman \$ 8079,94; lo que quiere decir que ya en el primer año se ha recuperado la inversión.

5.28. Relación Costo Beneficio

Compara el valor actual de las entradas de efectivo futuras, con el valor de la inversión inicial y de otros desembolsos que se hagan en el futuro, expresando así el rendimiento del proyecto por unidad monetaria invertida.

Formula B/C:

$$\text{Relación B/C} = \frac{\text{Flujos Netos Efectivo en Valor Actual}}{\text{Inversión inicial}}$$

Para el análisis de esta relación es necesario tomar en cuenta que si la relación B/C es mayor que uno, quiere decir que los ingresos son mayores que los egresos, y por lo tanto el proyecto es aconsejable. Si la relación B/C es igual a uno implica que los ingresos son iguales que los egresos, en consecuencia el proyecto es indiferente. Por último si la relación B/C es menor que uno, se traduce que los ingresos son menores que los egresos, por lo tanto el proyecto no es aconsejable. Calculo de la relación B/C para Multidetalles La Auxiliadora.

Cuadro N° 54
Calculo de la Relación Costo - Beneficio

Años	Flujo de Efectivo en Valor Actual
1	7.001,07
2	6.323,62
3	2824,11
4	422,19
5	2.401,80
Total	18.972,79

Elaborado: Fernando Manchay



$$\text{Relación B/C} = \frac{18972,79}{6413,70} \quad \text{Relación } \frac{B}{C} = 2,96$$

La relación costo-beneficio del presente proyecto arroja un resultado de \$2,96 lo que quiere decir que por cada dólar invertido se obtiene \$1,96 como beneficio.



6. Conclusiones Y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

Concluido el proyecto, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Dada la situación del mercado, se ha podido identificar la oportunidad de satisfacer una necesidad, puesto que en la ciudad de Manta no ofertan rosas impresas.
- También se logró determinar la valoración de los clientes, de las cuales se muestran las más destacadas:
 - Calidad
 - Precios asequibles
 - Servicios Adicionales sin costo.
- Las Rosas Impresas son consideradas por los clientes como un símbolo de la belleza y sentimiento.
- De la investigación de mercado se concluye que la demanda efectiva que está interesada en adquirir rosas impresas es de 5310 anualmente y que para el próximo año será de 5393 personas, debido a que se incrementará de acuerdo con la tasa de crecimiento poblacional; esto quiere decir que la microempresa tendrá la capacidad de elaborar 488 productos mensuales en total; lo cual es manejable debido a que es una empresa pequeña que va a entrar en el mercado.
- El presente proyecto propone la constitución de una microempresa unipersonal ya que requiere de baja inversión que en total asciende a \$ 6413,7 y su puesta en marcha no es complicada, la microempresa iniciará actividades con el nombre de Multidetalles La Auxiliadora y se sujetará a todas las normas legales requeridas para su funcionamiento.



- La utilidad neta a obtener después del primer año de trabajo de la microempresa será de \$ 6793,39, la misma que varía los años posteriores debido al ingreso de una asistente; y a las nuevas inversiones que se realizarán en activos fijos, terminando la proyección para cinco años con una utilidad neta de \$3514,62.
- El punto de equilibrio para cada uno de los productos que se ofrecerá es como sigue: rosa impresa en caja individual, 2059 unidades, rosa impresa individual en contenedor de vidrio con gelatinas decorativas, 1012 unidades, ramo de rosas, 855 unidades, lo cual suma un total de 3926 unidades que debe vender la microempresa para cubrir sus gastos y no obtener ni pérdidas ni ganancias; sin embargo el objetivo de toda empresa es obtener ganancia por lo que las expectativas superan el punto de equilibrio puesto que se estima vender 5316 productos el primer año e ir incrementando la demanda de acuerdo al crecimiento poblacional.
- Del estudio y análisis financiero se obtiene como conclusión que el proyecto es factible ya que demuestra las siguientes características: la TIR es 42,59% muy superior a la tasa mínima aceptable que es de 15,41%; el VAN arroja un resultado de \$ 10328,92, la inversión se recupera antes del cumplir el primer año, siendo esto una ventaja para el inversionista recuperando la inversión a corto plazo y además la relación costo beneficio muestra que por cada dólar invertido la microempresa obtendrá \$1,96.
- La localización más conveniente estaría en la avenida Flavio Reyes debido a que el sector es dinámico para el comercio.



6.2. Recomendaciones

- Entrar al mercado con una imagen seria, siendo puntuales en los pedidos y dando un buen trato al cliente.
- Ofrecer productos elaborados con rosas de calidad, lo cual no debe afectar en el precio final del producto, se deberá elaborar estrategias para incrementar el volumen de ventas.
- Vigilar y valorar continuamente las estrategias aplicadas para conocer su eficacia y tomar decisiones a tiempo.
- Conocer el nivel de satisfacción del cliente en cada compra y retroalimentar la base de datos en forma continua, conociendo así las necesidades específicas de cada cliente.
- Refrescar el catálogo de productos, dando paso a nuevas presentaciones de arreglos, dando valor diferenciado a cada uno de los clientes.
- Abrir una sucursal en el Paseo Shopping de Manta con el fin de propagar la microempresa.



BIBLIOGRAFÍA

- KOTLER, Philip y Armstrong, G, Marketing, Madrid, Prentice Hall, 2004
- KOTLER, Philip, El Marketing según Kotler: Como crear, ganar y dominar los Mercados, Barcelona, Paidos, 1999
- ABRIL, Néstor, (1998) Microempresas, Editorial Cultural de ediciones, México D F.
- ANZOLA, Sérvulo, (1993), Administración de Pequeñas Empresas, Editorial Mc Graw- Hill Interamericana de México S.A., México.
- CHIAVENATO, Idalberto, Administración de Recursos Humanos, Editorial Mc Graw Hill, cuarta Edición México 2000
- D´ ALESSIO I. Fernando (2008) El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia Primera Edición Pearson Educación México.
- FRACÉS, Antonio. (2006) Estrategias y Planes para la Empresa, Primera Edición, Pearson Educación, México.
- FRIEND Graham y ZEHLE Stefan Plan de Negocios (2008) Primera Edición, Editorial The Economist Argentina.
- HILL Charles W. y JONS Gareth R (2005), Administración Estratégica un Enfoque Integrado, Sexta Edición Mac Graw Hill México.
- HINDLE Tim (2008) Management, Primera Edición, Editorial The Economist. Argentina.

LINKOGRAFIA

- www.inec.gov.ec. Población Económicamente Activa de Manta.
- www.lideres.com. Funcionamiento de las Empresa