

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de emprendimiento previo a la obtención Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Creación de la empresa artesanal de flores secas con la utilización de fibras naturales”

AUTORA: Mayra Paola Viteri Malán

TUTOR: Ing. Mg. Manuel Roberto Soria Carrillo

AMBATO – ECUADOR

Octubre 2017



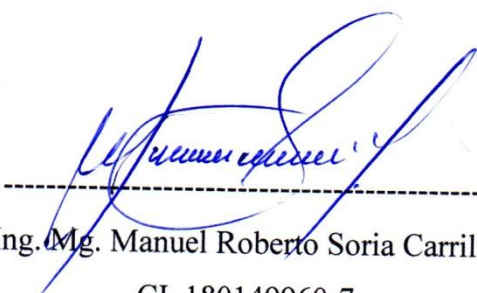
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. Manuel Roberto Soria Carrillo

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación; “Creación de la empresa artesanal de flores secas con la utilización de fibras naturales.” Presentado por: Mayra Paola Viteri Malán para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 04 de Julio del 2017



Ing. Mg. Manuel Roberto Soria Carrillo
CI. 180149960-7

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Mayra Paola Viteri Malán, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



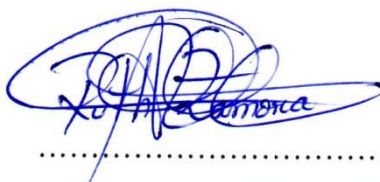
.....

Mayra Paola Viteri Malán

C.I. 1803384872

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



.....
Lic. Ruth Armenia Zamora Sánchez

C.I. 120577546-1



.....
Ing. Christian Andrés Barragán Ramírez MBA.

C.I. 1803783644

Ambato, 04 de Septiembre del 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



.....
Mayra Paola Viteri Malán

C.I. 1803384872

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por permitirme culminar mis estudios, a mis padres por su amor y apoyo en todo momento de mi vida, a mis hijos Alex y Joshua; y mi esposo Jorge por el sacrificio de no poder estar a su lado durante mis estudios, a mi familia por estar a mi lado incondicionalmente.

De una manera especial al Ing. MG. Roberto Soria tutor del proyecto por ayudarme con su experiencia en el presente proyecto, a la Ing. Ruth Zamora por sus valiosos conocimientos y por su ayuda brindada durante el proceso investigativo; al Ing. Cristian Barragán, que con su calidad humana, profesionalismo y a sus sugerencias acertadas ha sido la guía para la consecución del proyecto y a todos los profesores por sus consejos y enseñanzas ya que me ayudaron a adquirir más de conocimientos para lograr un desarrollo personal y profesional.

Mayra Paola Viteri Malán

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo a mi padre Jorge quien fue una persona luchadora, emprendedora y siempre supo salir adelante, por él aprendí a nunca darme por vencida a seguir mis metas y sé que su espíritu siempre va a estar conmigo.

A mi madre Cecilia que es mi pilar en estos momentos, gracias a su apoyo, su amor y ayuda porque ha estado siempre conmigo en cada paso que he dado.

A mis hijos porque son la razón de seguir superándome cada día.

A mi familia que es lo más hermoso que tengo. A todas las personas que de una u otra manera me apoyaron para poder cumplir una meta más en mi vida.

Mayra Paola Viteri Malán

Índice de Contenido

Contenido

Portada.....	i
Aprobación del tutor	ii
Declaración de autenticidad	iii
Aprobación de los miembros de tribunal de grado	iv
Derechos de autor.....	v
Agradecimiento	vi
Dedicatoria	vii
Índice de Contenido	viii
Índice de Figuras	xii
Índice de Imágenes.....	xii
Índice de Cuadros.....	xiii
Índice de Tablas	xiv
Índice de Gráficos	xvi
Resumen ejecutivo	xvii
Abstract	xviii

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Introducción	1
Árbol de problemas.....	2
1.1 Definición del problema de Investigación.	3
1.2 Análisis crítico del Árbol de problemas.....	5

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

Justificación.....	9
Objetivos:	10
Objetivo General:	10
Objetivos Específicos:.....	10
Beneficiarios:	10
Resultados a alcanzar:	11

CAPITULO III
ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Descripción del producto, características y usos.....	12
3.1.1. Descripción del producto.	12
3.1.2. Características del producto	12
3.2. Estudio de la Demanda.....	18
3.2.1 Análisis de la Demanda.....	19
3.3. Estudios de oferta.....	40
3.5. Precios	41
3.6. Canales de comercialización.....	41
3.7. Canales de distribución	43
3.8. Estrategias de comercialización	43
3.8.1. Estrategias para el producto	44
3.8.2. Estrategias para el precio	46
3.8.3. Estrategias para la plaza o distribución.....	46
3.8.4. Estrategias para la promoción o comunicación.....	47

CAPITULO IV
ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento	48
4.2. Localización	49
4.3. Ingeniería del proyecto.....	51

CAPITULO V
ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos Generales	55
5.1.1. La Empresa.....	55
5.1.2. Organización legal	56
5.1.3. Nombre o razón social	57
5.1.4. Slogan.....	57
5.1.5. Logotipo	57
5.1.7. Misión	58

5.1.8. Visión	58
5.1.9. Principios y Valores	58
5.1.10. Objetivos empresariales	59
5.1.10.1 Objetivo General	59
5.1.10.2. Objetivos Específicos.....	59
5.2. Diseño Organizacional	59
5.2.1. Constitución del Taller Artesanal.....	59
5.4. Estructura Funcional	60
5.5. Manual de Funciones	61

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles.....	67
6.2. Inversiones en activos fijos intangibles	68
6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo	69
6.4. Recurso de las inversiones	72
6.5. Financiamiento.....	72
6.6. Plan de Inversiones	72
6.7. Presupuestos de Gastos	73
6.7.2 Situación financiera actual	75
6.7.3 Situación financiera proyectada	76
6.7.5. Estado de resultados proyectados.....	80
6.7.6. Flujo de caja	81
6.8. Punto de equilibrio	81
6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos	83
6.10. Valor presente neto o valor actual neto (VAN)	85
6.11. Indicadores financieros	86
6.12. Tasa beneficio – costo.....	88
6.13. Periodo de recuperación de la inversión	89
6.14. Tasa interna de retorno.....	90
6.15. Análisis de sensibilidad.....	91

CAPITULO VII
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones	92
7.2. Recomendaciones.....	93
8. Referencias bibliográficas.....	94
BIBLIOGRAFÍA	94
ANEXOS	98

Índice de Figuras

Contenido

Figura N° 1. Árbol de problemas.	2
Figura N° 2. Diagrama de proceso	52
Figura N° 3 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	60
Figura N° 4 Organigrama Estructural	61

Índice de Imágenes

Contenido

Imagen N° 1. Higuera 13	13
Imagen N° 2. Jacaranda..... 14	14
Imagen N° 3. Palmera de los Andes 14	14
Imagen N° 4. Retama 15	15
Imagen N° 5. Eucalipto 16	16
imagen N° 6. Abeto 16	16
Imagen N° 7. Cardo..... 17	17
Imagen N° 8. Cocotero..... 18	18
Imagen N.- 9. Página de internet..... 42	42
Imagen N.- 10. Página de facebook 43	43
Imagen N° 11. Canales de Comercialización 43	43
Imagen N° 12. Banner de la empresa 44	44
Imagen N° 13. Detalle de la actividad de la empresa..... 45	45
Imagen N° 14. Detalle de la actividad de la empresa..... 45	45
Imagen N° 15. Detalle de la actividad de la empresa..... 45	45
Imagen N° 16. Tríptico de los productos de la empresa..... 46	46
Imagen N° 17. Detalle de la actividad de la empresa..... 47	47
Imagen N° 18. Macro localización..... 49	49
Imagen N° 19. Micro localización..... 50	50
Imagen N°20. Distribución de maquinaria y equipo 54	54
Imagen N°21. Distribución de maquinaria y equipo 57	57

Índice de Cuadros

Contenido

Cuadro N ^o 1: Amenazas a los bosques.....	3
Cuadro N ^o 2: Impacto Ambiental.....	6
Cuadro N ^o 3 . Población de Estudio	20
Cuadro N ^o 4 Ingresos mensuales.....	21
Cuadro N ^o 5. Compra de arreglos florales en base a flores secas	23
Cuadro N ^o 6. Frecuencia de compra.....	24
Cuadro N ^o 7 Cantidad de Compra.....	25
Cuadro N ^o 8. Calidad	26
Cuadro N ^o 9. Tipos de arreglos	27
Cuadro N ^o 10. Precio.....	28
Cuadro N ^o 11. Lugar de compra.....	29
Cuadro N ^o 12. Nueva empresa	30
Cuadro N ^o 13. Lugar de compra.....	31
Cuadro N ^o 14. Publicidad.....	32
Cuadro N ^o 15. Venta de arreglos a base de flores secas	33
Cuadro N ^o 16. Venta de arreglos a base de flores secas	34
Cuadro N ^o 17. Precio de venta	35
Cuadro N ^o 18. Promedio de ventas	36
Cuadro N ^o 19. Publicidad.....	37
Cuadro N ^o 20. Acogida del Producto	38
Cuadro N ^o 21. Demanda potencial.....	39
Cuadro N ^o 22. Demanda real.....	40

Índice de Tablas

Contenido

Tabla N° 1. Macro localización.....	8
Tabla N° 2. Micro Localización.	8
Tabla N° 3. Competencia.	41
Tabla N° 4. Determinación de la ubicación de la empresa.....	50
Tabla N° 5. Inversiones de Activos fijos de la empresa.	67
Tabla N° 6. Activos menores de la empresa.....	68
Tabla N° 7. Depreciación de Activos fijos de la empresa.	68
Tabla N° 8. Inversiones de Activos fijos intangibles para la empresa	69
Tabla N° 9. Amortización de Activos fijos intangibles para la empresa.....	69
Tabla N° 10. Inversión de activo circulante para la empresa.	70
Tabla N° 11 Gastos de Administración para la empresa.	70
Tabla N° 12. Gastos de venta para la empresa.	71
Tabla N° 13. Gastos No Operacionales para la empresa.	71
Tabla N° 14. Resumen de Capital de trabajo de la empresa.	71
Tabla N° 15. Fuentes y usos de fondos en dólares para la empresa.....	72
Tabla N° 16. Plan de Inversiones de la empresa.	73
Tabla N° 17. Gastos de venta de la empresa.....	74
Tabla N° 18. Costos de producción de la empresa.....	74
Tabla N° 19. Gastos no operacionales de la empresa.....	74
Tabla N° 20. Total Egresos o Gastos de la empresa.....	74
Tabla N° 21. Situación financiera proyectada de la empresa.....	77
Tabla No- 22. Presupuesto de ingresos de la empresa.	79
Tabla N° 23. Resumen Ingresos.	80
Tabla N° 24. Estado de Resultados proyectado de la empresa.....	80
Tabla N° 25. Flujo de caja de la empresa.....	81
Tabla N° 26. Punto de equilibrio de la empresa.	82
Tabla N° 27. Sector Inversión.	84
Tabla N° 28. Tasa Pasiva.....	84
Tabla N° 29. Premio al Riesgo.	84
Tabla N° 30. TMAR.	84
Tabla N° 31. VAN (Valor Actual Neto) de la empresa.....	85

Tabla N° 32. Tasa beneficio – costo de la empresa.....	89
Tabla N° 33. Relación costo – beneficio de la empresa	89
Tabla N° 34. Periodo de recuperación de la inversión	90
Tabla N° 35. Tasa Interna de Retorno	90
Tabla N° 36 Análisis de sensibilidad.....	91

Índice de Gráficos

Contenido

Gráfico N° 1. Compra de flores artesanales.	22
Gráfico N° 2. Compra de arreglos florales en base a flores secas.....	23
Gráfico N° 3. Frecuencia de compra	24
Gráfico N° 4. Cantidad de compra	25
Gráfico N° 5. Calidad	26
Gráfico N° 6. Precio	28
Gráfico N° 7. Composición del producto.....	29
Gráfico N° 8. Nueva empresa.....	30
Gráfico N° 9. Lugar de compra	31
Gráfico N° 10. Publicidad	32
Gráfico N° 11. Venta de arreglos a base de flores secas	33
Gráfico N° 12. Venta de arreglos a base de flores secas	34
Gráfico N° 13. Precio de venta.....	35
Gráfico N° 14. Promedio de ventas	36
Gráfico N° 15. Publicidad	37
Gráfico N° 16. Acogida del producto.....	38
Gráfico N° 17. Punto de equilibrio de la empresa	83

RESUMEN EJECUTIVO

“MAVIFLOR” es una empresa dedicada a producción y comercialización de flores artesanales en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato con el propósito de minimizar el impacto ambiental por lo cual se procede a la recolección de la principal materia prima de los diferentes sectores de la ciudad y fuera de ella, ya que se los puede encontrar en toda estación del año y con eso garantizamos que no habrá desabastecimiento de la materia prima.

El presente trabajo tiene como principal objetivo determinar la viabilidad de implementar una empresa de producción y comercialización de flores artesanales elaboradas a base de productos naturales, ya que en Tungurahua existe una baja producción de esta variedad de artesanías. Lo que pretendemos con este tipo de artesanías es disminuir el daño ambiental existente, aprovechando al máximo los productos naturales, además de la tendencia ecológica generada en la población.

Esta empresa generará recursos económicos basando sus ingresos en la producción y comercialización de flores artesanales mediante la utilización de fibras naturales las mismas que están destinadas para la decoración de hogares, oficinas, etc.

Mediante el análisis de los estados financieros se demostró la factibilidad económica del proyecto tomando en cuenta todos los ingresos que la empresa generará en contraste con los costos de producción y operación de la misma. Llegando a determinar índices altamente favorables para empresas de este tipo.

Palabras claves: EMPRENDIMIENTO, CREACION DE EMPRESAS, INDUSTRIA ARTESANAL, FIBRAS NATURALES.

ABSTRACT

MAVIFLOR is a company dedicate to produce and distribute artisan flowers in the province of Tungurahua, Ambato city with the purpose of minimizing the environmental impact so it is generating collection of the main raw material of the different sectors in the city and outside, they could be found in all seasons of the year and we guarantee that there will be no shortage of raw materials.

The present work has as main objective to determine the feasibility of implementing a company for the production and marketing of flowers handicrafts made from natural products, as in Tungurahua there is a low production of this variety of handicrafts.

What we intend to do with this type of crafts is to reduce the existing environmental damage, making maximum use of natural products, in addition to the ecological trend generated in the population. This company will generate economic resources basing their income in the production and marketing of flowers craft through the use of natural fibers, which are intended for the decoration of homes, offices, etc.

Through the analysis of the financial statements showed economic feasibility of the project, taking into account all the income that the company will generate in contrast to the costs of production and operation of the same. To determine rates highly favorable to companies of this type.

Keywords: ENTREPRENEURSHIP, CRAFT INDUSTRY, BUSINESS CREATION, NATURAL FIBERS.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país maravilloso el cual se caracteriza por la producción de una variedad de hermosas flores a base de flores naturales secas aprovechando toda variedad de follaje, pepas y semillas que se tiene, de tal manera que se pueden alcanzar volúmenes significativos de ventas que irán en beneficio de los productores y consumidores, tanto a nivel nacional como internacional.

La provincia de Tungurahua, como pocos sitios en el mundo, tiene el privilegio de poseer una multiplicidad de micro climas a los diferentes pisos ecológicos existentes. El cantón Ambato es uno de esos sitios en los que la naturaleza se muestra exuberante y prodigiosa; por ubicarse en la cordillera andina, su suelo es fértil y es aprovechado por sus habitantes como un excelente recurso de producción, así como también posee una de las mejores variedades en flora del callejón interandino.

También debemos tomar en cuenta que los actuales patrones de producción y consumo han superado los límites ecológicos de la Tierra, pero este problema es ignorado por los agentes económicos. Las empresas producen para ganar y generar riquezas sin tomar en consideración que sus actividades provocan impactos negativos en el medio ambiente, ya que el mismo ha sufrido las consecuencias del uso indebido de los recursos proporcionados por la naturaleza, haciendo que éste cada vez sea destruido y que aún no se consideran las consecuencias que podría tener en el futuro cuando no haya recursos que permitan la producción. Tenemos que tomar en cuenta que la alta contaminación que se ha producido en los últimos años por diferentes causas, tal como el crecimiento poblacional o nuevos procesos industriales que generan desperdicios, lo que alteran el medio ambiente y que tienen su efecto en la fabricación de nuevos productos con materiales naturales al haber menos espacios verdes.

De esta manera tenemos una oportunidad para solucionar un problema evidente, creando una empresa productora y comercializadora de flores secas para el cantón Ambato, sin causar daño al medio ambiente y promoviendo su cuidado, así como ofrecer productos naturales y de calidad a los ciudadanos.

Árbol de problemas.

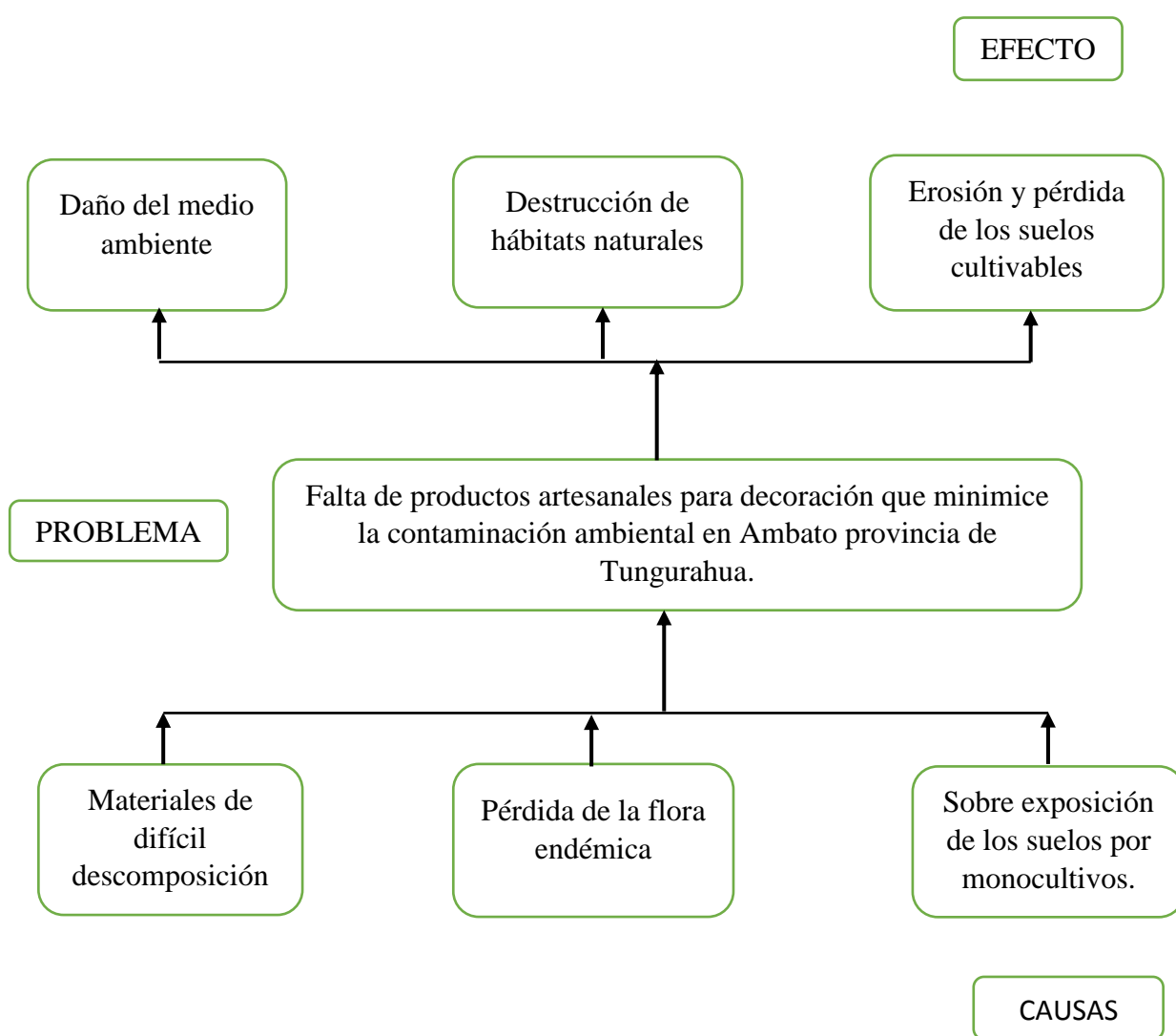


FIGURA N° 1.
 Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
 Fuente: Investigación propia

1.1 Definición del problema de Investigación.

a. Macro

Durante muchos siglos cerca de la mitad de los bosques del mundo casi 3 millones de hectáreas fueron quemados, desmontados o talados, hoy tan solo se conserva una quinta parte de la cubierta forestal original en grandes extensiones de tierra con grados relativamente bajos de perturbación, pero el corte sigue su marcha acelerada. Cada año se cortan o queman 16 millones de hectáreas de bosque, en el curso de esta destrucción se está perdiendo especies y un valioso y amplio abanico de recursos al tiempo que se altera la composición de la atmósfera y se degradan los ecosistemas en forma brutal. (Bryant, 2011).

Es posible que muchas de las especies forestales que han sobrevivido hasta el presente siglo no logren llegar al próximo, ya que el 39% de los bosques restantes están amenazados moderada o gravemente; debido a la tala indiscriminada al desmonte para la agricultura y a otras actividades. Las amenazas más importantes son:

Amenaza	Causa
Tala indiscriminada	Afecta más del 70% de los bosques.
Desarrollo energético, minería e infraestructura	La minería, la explotación del petróleo y de gas natural conlleva a la apertura de carreteras y asentamientos que dejan a la selva inaccesible a merced de otras actividades humanas.
Desmonte para la agricultura	Una quinta parte de los bosques están amenazados por causa de los agricultores y ganaderos que acaban con los bosques para convertirlos en tierras de labranza y pastizales.
Eliminación excesivo de la vegetación	Cerca del 14% de bosque amenazado está siendo degradado por el pastoreo o por la recolección excesiva de leña, materiales de construcción y otra vegetación.
Otras	Como los incendios o por fábricas lejanas que emiten contaminantes, que, transportados por el viento o agua causan daño a los árboles y a especies animales.

Cuadro N° 1: Amenazas a los bosques.

Adaptación: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Diaz & Escárcega (2009)

La selva del Amazonas provee 1/5 del oxígeno del planeta, el 15% de agua dulce y la tercera parte de la madera del mundo. Desde el año 2000, se han talado aproximadamente 150.000 Km. La amazónica deforestación en Brasil aumentó en un 215% durante el período de agosto del 2014 a febrero del 2015; igual de dramática, pero menos conocida es la tala en países como Paraguay, Bolivia, Perú, Ecuador y las provincias del centro y norte de Argentina.

(Krause, 2012)

b. Meso

Ecuador desde la década de los ochenta, viene presentando signos de un grave desequilibrio ecológico en auge. La evidencia del deterioro del medio ambiente es cada vez más numerosa y significativa, pero los efectos biológicos, psicológicos y sociales que se producen día tras día son todavía peor. Los daños ambientales están a la vista de todos y los atentados a la naturaleza en cada uno de los elementos de los ecosistemas en los que se sustenta la vida, como la flora, la fauna, el aire, el agua, el suelo, el subsuelo y la energía son constantes. (Muñoz, 2014).

El Ecuador registra una de las tasas más altas de deforestación de Latinoamérica, con una pérdida anual de entre unas 60.000 a 200.000 hectáreas de bosques nativos, fruto de la tala ilegal, la expansión de cultivos y la presión de empresas petroleras y mineras. Aproximadamente el 97% del área deforestada se debe a pastos y cultivos. Lo que ha desembocado que la destrucción de los bosques de la Costa sea de un 80%, en la Sierra el 43%; y, en el Oriente el 30%. (El Universo, 2011), (Bazurto, 2015).

Otra causa es la producción de flores que ha incrementado anualmente un 45% en producción, cambiando el uso natural del suelo pasando de 286 hectáreas. de suelo usado para el cultivo de flores, hasta más de 4000 hectáreas., las florícolas con sus invernaderos de cubiertas plásticas desechan un promedio de 30 millones

de metros cuadrados de plásticos contaminados en los botaderos de las ciudades.
(Martínez, 2014)

c. Micro

El problema se agrava considerando el ritmo de contaminación al que avanza la ciudad por nuestros altos niveles de consumismo se generan 100 toneladas diarias de basura es arrojada en ríos, quebradas, canales de riesgo. Esto es calculado en unas 17 mil hectáreas de contaminación.

También se puede señalar que según el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), el 99,88% de las industrias en Tungurahua no cumple con la normativa ambiental que exige el Ministerio del ramo; en el Parque Industrial de Ambato operan 101 empresas. Sin embargo, ese complejo no cuenta con las piscinas de oxidación o las plantas de tratamiento de aguas residuales, que salen de las industrias a diario. (Tungurahua Impacto Humano, 2014).

1.2 Análisis crítico del Árbol de problemas

Con los materiales de difícil descomposición tenemos un daño ambiental en la calidad del suelo, de las aguas subterráneas y superficiales y del aire.

La generación de residuos es una consecuencia directa de cualquier tipo de actividad desarrollada por el hombre; hace años un gran porcentaje de los residuos eran reutilizados en muy diversos usos pero, hoy en día, nos encontramos en una sociedad de consumo que genera gran cantidad y variedad de residuos procedentes de un amplio abanico de actividades. En los hogares, oficinas, mercados, industrias, hospitales, etc. se producen residuos que es preciso recoger, tratar y eliminar adecuadamente. Los rellenos sanitarios han surgido como una opción para el manejo de tales cantidades de basura. (JIMDO, 2017).

Un breve detalle de materiales utilizados para la elaboración de flores decorativas y su daño ambiental:

MATERIAL	DEFINICIÓN DE IMPACTO
Plástico	La polución por plástico puede afectar de forma negativa a los terrenos, cursos de agua y océanos, los plásticos clorados pueden liberar químicos dañinos al suelo, que luego pueden filtrar hacia el agua subterránea u otras fuentes de aguas en las inmediaciones.
Foamy	El impacto ambiental que tiene este material es que tarda en biodegradarse aproximadamente unos quinientos años, esto nos ha llevado a pesar que si tarda todo esto es muy probable que afecte a el medio ambiente ya que sería una contaminación muy grande por los olores y por los químicos que este material contiene
Papel	Consumo excesivo de papel es despilfarro de recursos naturales y pérdida de calidad de vida en zonas donde crece su demanda. La industria papelera y de celulosa ocupa el quinto lugar del sector industrial en consumo mundial de energía, y utiliza más agua por cada tonelada producida que cualquier otra industria.
Material Natural	Emplea técnicas limpias o que generen un menor impacto relativo sobre el ambiente

Cuadro N° 2: Impacto Ambiental.

Adaptación: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Greenplace 2013

La amenaza principal para toda la vegetación ecuatoriana es la deforestación, cuando estas zonas se destruyen por agricultura o ganadería las especies con alto endemismo son las primeras en desaparecer. (MAE, 2014)

Dstrucción o modificación de los hábitats de especies de flora, dada principalmente por la tala selectiva indiscriminada de especies denominadas “valiosas”, deforestación de bosques y vegetación de zonas frágiles como nacimientos de ríos, quebradas, etc. y la ampliación de la frontera agrícola mediante la conversión de uso para actividades agropecuarias. (Fermín, 2015)

Según el libro de la PUCE dentro de la flora nativa, 7012 especies son endémicas. Del total de estas plantas el 78% (3508) están bajo la categoría de amenaza. De estas, el 46% (2080) son vulnerables, el 24% (1071) están en peligro y el 8% (353) se encuentran en peligro crítico de extinción. (Molestina, Otero & Servidio, 2014)

Se puede manifestar que la biodiversidad son recursos renovables que lamentablemente se han y continúan explotando a ritmos que superan su rendimiento sostenible. Las actividades humanas “extractivas” han ocasionando la pérdida de la biodiversidad biológica.

El desarrollo de las actividades humanas sean simples o complejas han ocasionado, sin duda, algún tipo de degradación de los recursos de la tierra del mundo, lo cual constituyen la base de los procesos productivos, las naciones industrializadas son las que consumen la mayor parte de los recursos naturales del planeta en beneficio de una pequeña fracción de la población. La degradación antropógena de los suelos alcanza un 13% de daños ligeros y moderados y un 2% de graves y muy graves; por la utilización de químicos en la agricultura, los invernaderos y los mono cultivos los suelos se están deteriorando más rápidamente.(Quiñones, 2007)

Los monocultivos agroindustriales que se dan por intereses económicos principalmente, que incentivan a cultivar híbridos de gran producción olvidándose de las variedades ancestrales utilizadas por los agricultores. Esto afecta enormemente la biodiversidad y especialmente a la variabilidad genética de las especies, situación que desemboca en la afamada erosión genética.(Madrid, 2013)

La contaminación es otra causa para la pérdida de la biodiversidad. El uso arbitrario y excesivo de plaguicidas ha afectado a varias especies de aves y otros organismos que viven o dependen del suelo. (Madrid, 2013)

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

1. **Nombre del emprendimiento:** Creación de la empresa Artesanal de flores secas con la utilización fibras naturales.

2. Localización geográfica:

Este proyecto se lo realizó después de un análisis y estudio de mercado en la ciudad de Ambato.

Ambato se encuentra ubicada en la zona centro del país y el proyecto tendrá sede en el barrio la Vicentina en la calle Magallanes entre Pizarro y Orellana.

Tabla N° 2. Macro localización.

Macro Localización	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Tungurahua
Zona	3

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación de campo

Tabla N° 3. Micro Localización.

Micro Localización	
Cantón	Ambato
Sector	La Matriz
Barrio	La Vicentina
Calle primaria	Magallanes
Calle secundaria	Orellana

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación de campo

Justificación

La problemática del presente trabajo, surge de la necesidad de elaborar flores artesanales para decoración, ya que los productos son amigables con el medioambiente y es una opción de mejora para nuevos nichos de mercado dando a conocer la riqueza del país y la flora existente.

La escases de empresas que se dedique a la producción y comercialización de este producto es otra causa que origina el problema de estudio, por el desconocimiento de la existencia de que en el cantón existe variedad de flora que se puede aprovechar de una manera ecológica y sin costos altos.

Con lo expuesto anteriormente y considerando que el gobierno busca generar fuentes de trabajo mediante la matriz productiva el presente proyecto se ve sustentado en el Plan Nacional del Buen Vivir y más específicamente en los objetivos:

Objetivo 4. “*Promover un medio ambiente sano y sustentable y garantizar el acceso seguro de agua, aire y suelo*”, debido a que la empresa es totalmente artesanal y se va a concientizar a los clientes sobre el respeto a la naturaleza y medio ambiente para garantizar así su conservación.

Contribuirá también con el Plan Nacional del Buen Vivir, específicamente con el Objetivo 7, “*Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global*”, ya que para la empresa es la naturaleza en sí la que va a proveer de la materia prima, por lo que se evitará la proliferación de la basura evitando utilizar materiales innecesarios o que dañen al ecosistema.

Queremos aprovechar la diversidad de la flora de nuestro país sin causar daño a la naturaleza, ya que los materiales que utilizaremos no afectan al medio ambiente porque son productos de fácil recolección debido a que se las puede encontrar en las distintas estaciones del año. Lo importante es que las flores que se elaborarán son hechas ciento por ciento a mano con productos naturales y orgánicos de fácil descomposición.

Lo antes expuesto permite percibir la necesidad social de crear emprendimientos relacionados a la elaboración de flores secas con la utilización de fibras naturales.

Objetivos:

Objetivo General:

Realizar un estudio de factibilidad económica para la creación de la empresa Artesanal de flores secas que minimice la contaminación en la ciudad de Ambato.

Objetivos Específicos:

- Determinar el mercado actual y potencial de la ciudad de Ambato con el fin de determinar el mercado meta.
- Elaborar un estudio técnico-administrativo para determinar el tamaño y la localización del proyecto.
- Desarrollar un análisis financiero para determinar la creación de la empresa artesanal de flores secas en la ciudad de Ambato.

Beneficiarios:

Los beneficiados del proyecto de emprendimiento serán:

- Los usuarios que deseen decorar sus casas, oficinas u otros y adquieren productos artesanales bien elaborados y a bajo costo.
- El sector Artesanal ya que existiría un intercambio directo de experiencias y técnicas para mejorar la producción.
- La empresa que pueda satisfacer las necesidades y gustos de sus clientes para lo cual debe primero estudiarlos conocer mucho más allá de su capacidad adquisitiva y poder de compra.

Resultados a alcanzar:

Los resultados que se espera tener una vez que la propuesta se ponga en vigencia son:

- Incursionar en el mercado con un producto de fibras naturales.
- Obtener rentabilidad.
- Posicionamiento del producto.
- Minimizar el impacto ambiental en el cantón Ambato.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es la investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca Urbina, 2013, p.5).

3.1 Descripción del producto, características y usos

3.1.1. Descripción del producto.

El producto que se pretende comercializar en la empresa a crear son flores secas elaboradas cien por ciento a mano de ahí que es un producto artesanal con la característica que no va a dañar al medio ambiente ya que la materia prima se la va a recolectar en varios puntos de la ciudad sin causar ningún perjuicio a la naturaleza.

3.1.2. Características del producto

Los productos sociales que se definiría como algo tangible o intangible que la organización puede ofrecer a la sociedad para facilitar el cambio, aceptación, o rechazo de determinado comportamiento o actitud. (Gochez, 2010).

Las características del producto es un conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y de la organización. (Las American Marketing Association -AMA, 2012).

Introducción sobre los materiales a detallar, a continuación:

La higuera (Ricinus communis)

El ricino es un arbusto de tallo grueso y leñoso, hueco que, al igual que los peciolos, nervios e incluso las propias hojas en algunas variedades, puede tomar un color púrpura oscuro y suele estar cubierto de un polvillo blanco, semejante a la cera. Tiene tres cavidades, cada una con una semilla, grande y jaspeada, de superficie lisa y brillante. (Rosme, 2012)



Imagen N° 1. Higuera
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de Campo

Jacaranda (Jacaranda mimosifolia)

El árbol muy apreciado por su madera utilizado en ebanistería para la fabricación de muebles adulto alcanza una altura de 12 a 15 metros, hasta 25 metros en condiciones favorables. El fruto leñoso, dehiscente, plano, en forma de castañuela se lo conoce como "aplauso de mono" es una cápsula loculicida de unos 4-6 cm de diámetro, orbicular y comprimida, de color verde que se torna pardo oscuro cuando madura, con semillas aladas. Los frutos aparecen a finales de otoño y permanecen todo el año es de fácil cultivo. (Moggi & Giugnolini, 2010)



Imagen N° 2. Jacaranda
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de Campo

Palmera de los Andes (Ceroxylon andicola). Ungurahua

Este material es el único que se adquiere del **oriente** y se caracteriza por un estúpite (tallo) solitario erecto, de 10 a 25 m de altura y 20 a 30 cm de diámetro, liso, conspicuamente anillado. Tiene de 10 a 16 hojas terminales, los frutos son negro-violáceos, oblongos, de 3 a 4 cm de longitud y 2 cm de diámetro. Crece en ambientes cálidos y húmedos germinan con relativa facilidad. (Moggi & Giugnolini, 2010)

GRAFICO N° 4. Palmera de los Andes



Imagen N° 3. Palmera de los Andes
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de Campo

Retama (*Spartinium jumceum*)

Arbusto sufruticoso abierto con numerosas ramificaciones delgadas cilíndricas, ahusadas, erguidas, resistentes. Pequeñas hojas, con flores de color amarillo, unas pocas blancas en las cuales se forman pequeñas vainas las mismas que al madurar se abren y se tuercen. Su cultivo se da en zonas templadas, crecen en suelos aridos, pobres e incluso arenosos. (Moggi & Giugnolini, 2010)



Imagen N° 4. Retama
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de Campo

Eucalipto (*Eucalyptus camaldulensis*)

Los eucaliptos son árboles de porte recto. Pueden llegar a medir más de 60 m de altura, la corteza exterior (ritidoma) es marrón claro con aspecto de piel y se desprende en una serie de delgadas estría; la corteza de los ejemplares jóvenes es rojiza. Sui cultivo es rústico, tolera un cierto grado de salinidad en el suelo. (Lanzara & Pizzetti, 2011)



Imagen N° 5. Eucalipto
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de Campo

Abeto noble del Pacífico (*Abies nobilis*)

Alcanza 90 metros de alto su mayor atractivo consiste en la exacta simetría del ramaje, ya que desde el recto tronco emite sus ramas casi horizontales o levemente oblicuas, los frutos son conos globosos de hasta 12 cm de diámetro que al desgranarse forman pequeños pétalos similares a los de la rosa. (Novak, 2008)



Imagen N° 6. Abeto
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Novak, 2008

Cardo yesquero (*Echinops ritro*)

Planta de tallo algodonoso y erguidos que alcanza 10-40 cm de altura. Hojas color verde brillante, dentado-espinosas dividida profundamente por lóbulos estrechos, agudos y espinosos. Las flores de color naranja son tubulares y se colocan en esferas.

Se adapta a cualquier tipo de suelo, resistencia a las heladas su floración es en verano y otoño. (Moggi & Giugnolini, 2010)



Imagen N° 7. Cardo
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de Campo

El cocotero (*Cocos nucífera*).

Es una especie de palmeras de la familia Arecaceae. Es monotípica, siendo su única especie *Cocos nucífera*, la planta no tolera el frío, las grandes alturas, suelos duros y escasos de sal. Por el contrario, son aptos en zonas con fuerte viento (que además es imprescindible para que las flores polinicen) y sal. Prefiere áreas con luz solar abundante (del tipo tropical). Su fruto que en realidad es una gran drupa que contiene un líquido azucarado que al madurar se hace carnoso y que una vez seco constituye la denominada copra, de la que se extraen grasas y aceites. (Lanzara & Pizzetti, 2011)



Imagen N° 8. Cocotero
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de Campo

3. 1. 2. 1. Usos

Los diferentes materiales que se nombraron anteriormente se utiliza para la elaboración de las flores, en si son la materia prima, ya que algunas se necesita para los pétalos de las flores como la jacarandá y las semillas del abeto, para la base se necesita del cardo, la ungurahua es una fibra recta pero al torcerla obtenemos el palo torcido (churo).

Todos los materiales mencionados son importantes ya que se puede realizar diferentes diseños, tamaños y proporcionándoles color son un producto agradable; sirven para la creación de múltiples arreglos florales y decoración de la casa o para ocasiones especiales, como cumpleaños, el día de las madres o un aniversario.

3.2. Estudio de la Demanda

El estudio de la demanda consiste en la cantidad de bienes o servicios que el mercado quiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Baca Urbina, (2013, p.28)

3.2.1 Análisis de la Demanda

Para la recolección de datos se aplicó en la fuente primaria una encuesta, la misma que será aplicada a los habitantes del Cantón Ambato de la provincia de Tungurahua.

3.2.1.1. Mercado Potencial

Se ha establecido como mercado potencial medido en un número de hombres y mujeres ubicados en las zonas urbanas del cantón Ambato según los datos que arrojaron el Censo de Población y Vivienda realizado por el Instituto de Ecuatoriano de Estadísticas y Censo en el año 2010

Mercado Potencial	Hombre	Mujeres	Total
Población	159.830	170.026	329.856

Cuadro N° 3 Mercado Potencial

Adaptado por: Mayra Viteri

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC). 2010

3.2.1.2. Mercado Objetivo

Nuestros clientes metas están comprendidos entre jóvenes, adultos, hombres y mujeres que forman parte de la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad de Ambato obteniendo una demanda efectiva de 161.240 posibles consumidores identificados en una clase social media y alta respectivamente pero de la misma manera teniendo en cuenta la disponibilidad de nuestros productos para el público en general.

El cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua, cuya población que para el año 2010 fue de 329.856 y la PEA es 161.240, con una tasa de crecimiento poblacional del 1.54% cuya PEA (Población Económicamente Activa) para el año 2016 será de 176.138.58 habitantes.

Cantón Ambato	
Año	1.54 Tasa de crecimiento (TC)
2010	161.240
2011	163.723
2012	166.206
2013	168.698
2014	171.172
2015	173.655
2016	176.139

Cuadro N° 4. Población de Estudio

Adaptado por: Mayra Viteri

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC). 2010

CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Probabilidad a favor 50%

Q= Probabilidad en contra 50%

e= Nivel de error 5%

N= Población

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(176.139)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (176.139)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{169163.49}{441.31}$$

$$n = 383.32$$

N= 383 Encuestas

Análisis e Interpretación de los resultados

1. ¿Cuáles son sus ingresos promedio?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 – 354 dólares	53	14
355 – 600 dólares	167	44
601 – 900 dólares	124	32
901 – 1.200 dólares	24	6
Más de 1.200 dólares	15	4
Total	383	100

Cuadro N° 5 Ingresos mensuales
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

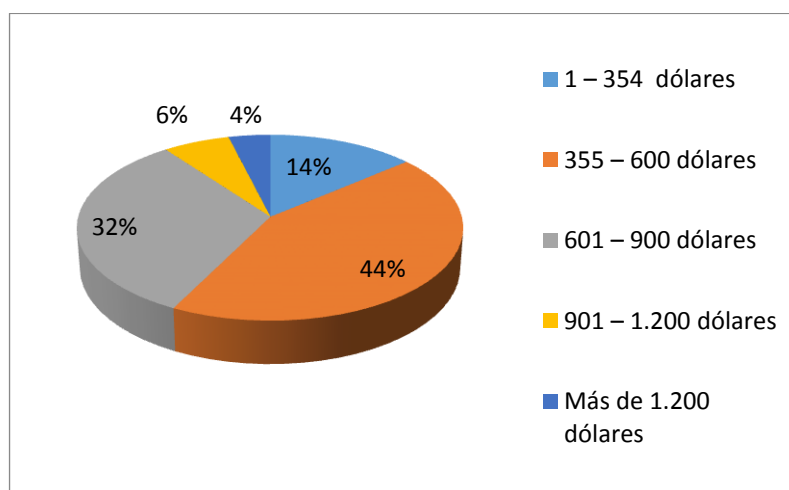


Gráfico N° 1 Ingreso promedio
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Según la pregunta anterior, se demuestra que el 14% de los habitantes que fueron encuestados manifestaron que sus ingresos promedio mensual van desde 1 a 354 dólares, el 44% de ellos supieron manifestar que sus ingresos van de 355 a 600 dólares al mes, el 33% de ellos manifestaron que los ingresos que perciben van de 601 a 900 dólares, el 6% reciben ingresos de 901 a 1200 dólares y solamente el 4% de ellos reciben ingresos por más de 1200 dólares mensuales.

2. ¿A usted le gustan los arreglos florales?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	285	74
No	98	26
Total	383	100

Cuadro N° 6. Le gustan los arreglos florales
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

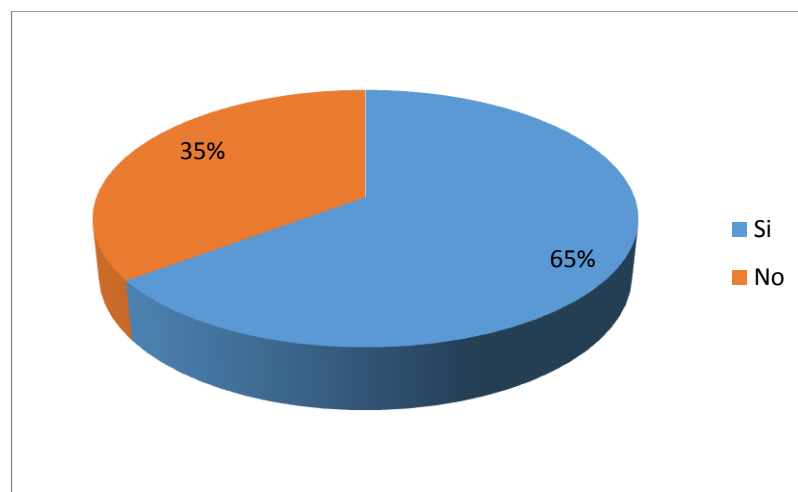


Gráfico N° 2. Compra de flores artesanales.
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Según la pregunta que fue formulada con anterioridad, demuestra que el 64% de los habitantes que fueron encuestados manifestaron que si les gusta los arreglos florales siendo estos los demandantes potenciales del producto a ofrecer por parte de la empresa, mientras que el 36% de ellos no les gusta los arreglos florales por cuanto no se los toma en cuenta para el desarrollo de la presente investigación

3. ¿Compra usted arreglos florales en base a flores secas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	75
No	95	25
Total	383	100

Cuadro N° 7. Compra de arreglos florales en base a flores secas
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

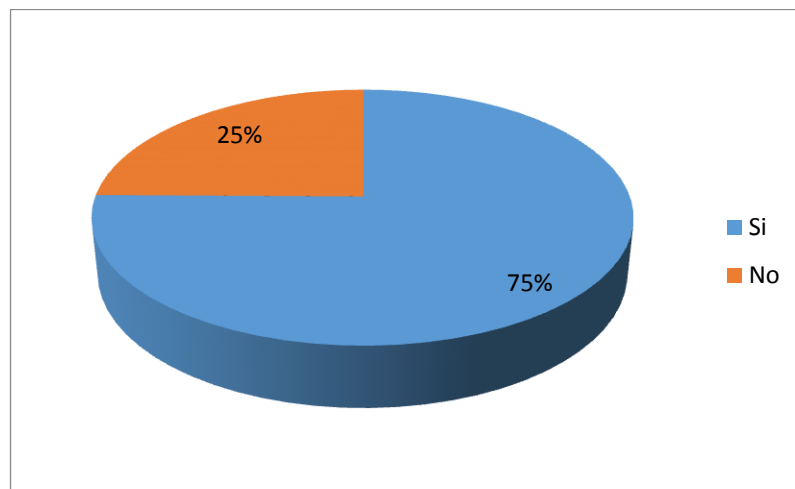


Gráfico No- 3. Compra de arreglos florales en base a flores secas
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta los demandantes

Análisis e Interpretación

Respondiendo a la pregunta anterior, se deduce que el 75% de los encuestados manifestaron que en su caso si han comprado arreglos florales pero hechos con flores secas, siendo estos los demandantes reales que tendrá la presente investigación, mientras que el 25% de ellos manifestaron no comprar este tipo de productos que va a ofrecer la empresa que se la quiere crear.

4. ¿Con qué frecuencia adquiere los arreglos florales en base a flores secas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	159	42
Trimestral	90	23
Semestral	83	22
Anual	51	13
Total	383	100

Cuadro No- 8. Frecuencia de compra
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

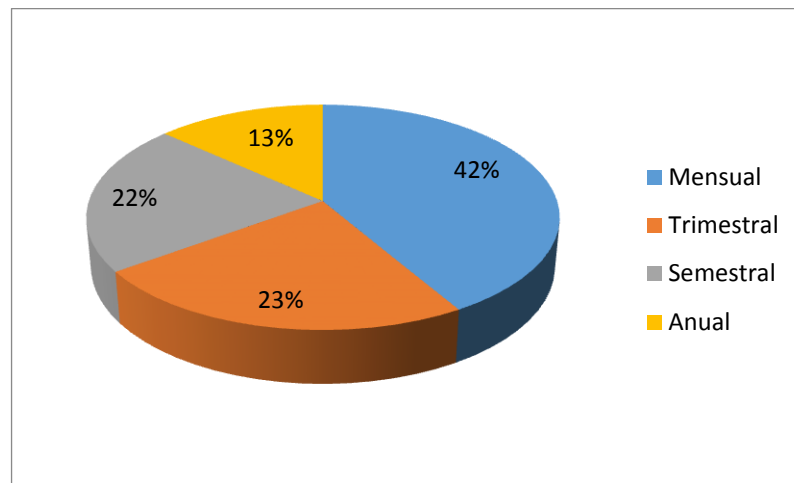


Gráfico No- 4. Frecuencia de compra
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Según la pregunta anterior, el 11% de los encuestados supieron manifestar que la frecuencia de compra de los arreglos florales en base a flores secas lo hacen de forma mensual, el 48% lo hacen de forma trimestral demostrando así que es la mayor frecuencia de compra, el 18% lo hacen de forma semestral y el 23% respondieron que lo hacen de forma anual.

5. ¿Qué cantidad de arreglos florales en base a flores secas adquiere usted mensualmente?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1-2	325	85
3-4	33	9
5-6	25	7
Total	383	100

Cuadro N° 9. Cantidad de Compra
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

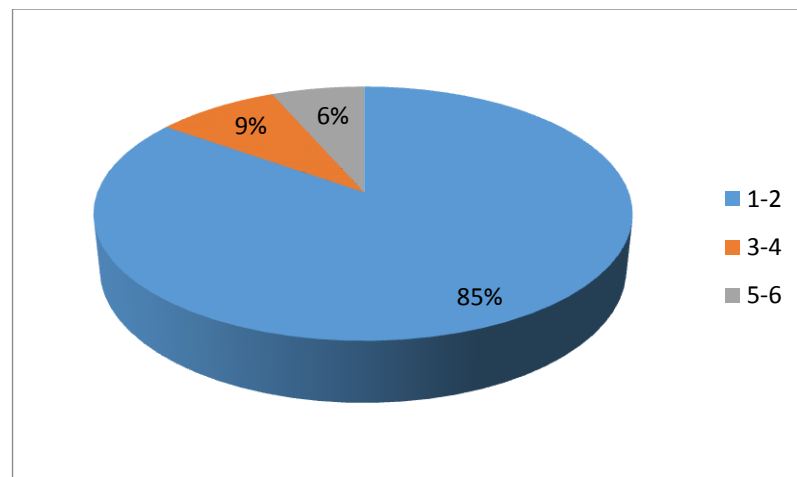


Gráfico No- 5. Cantidad de compra
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Según la pregunta anterior, se demuestra que la cantidad de compra de 1 a 2 arreglos florales en base de flores secas corresponde al 85% de los encuestados, el 9% lo hacen de 3 a 4 arreglos florales y solamente el 6% de los encuestados lo hacen de 5 a 6 adquisiciones, lo que demuestra que la mayoría de encuestados si compran el producto de 1 a 2 arreglos florales de forma trimestral.

6. ¿Qué opina de la calidad de arreglos florales en base a flores secas que usted ha adquirido?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	30	8
Buena	278	72
Regular	52	14
Mala	25	6
Total	385	100

Cuadro N° 10. Calidad
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

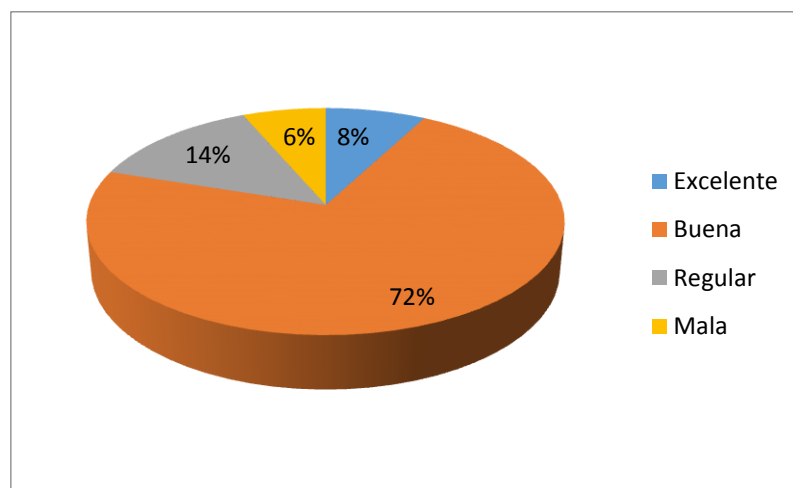


Gráfico N° 6. Calidad
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Atendiendo a la pregunta anterior, se puede deducir que el 8% de los encuestados supieron manifestar que consideran la calidad de los arreglos florales en base a flores secas de excelente calidad, el 72% de los que fueron encuestados manifestaron que la calidad es buena, el 14% lo consideran que es regular y el 6% de ellos consideran que la calidad de los arreglos florales es mala.

7. ¿Qué tipo de arreglos florales en base a flores secas compra normalmente?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pequeño	80	21
Mediano	252	66
Grande	51	13
Total	383	100

Cuadro No- 11. Tipos de arreglos
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

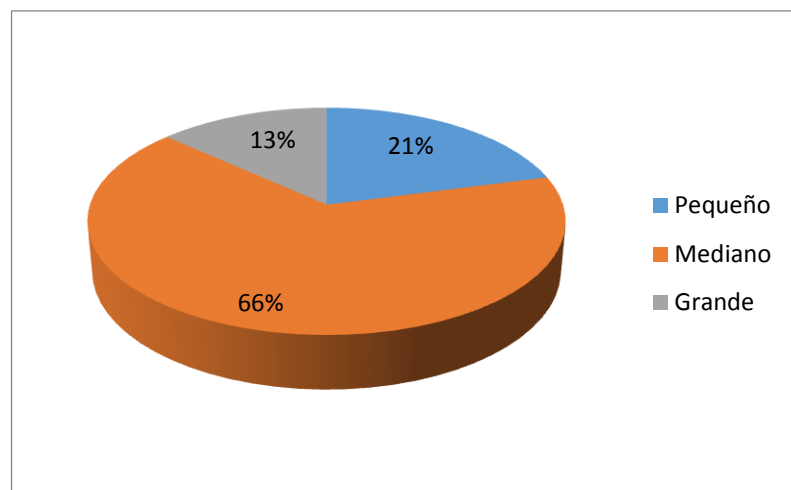


Gráfico No- 7. Tipo de arreglos
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Según la pregunta formulada con anterioridad se demuestra que el 21% de los encuestados manifestaron que compra los arreglos florales de tamaño pequeño, el 66% de ellos manifestaron que el tamaño de los arreglos florales es el mediano y el 13% de ellos los compran de tamaño grande demostrando así que el que tiene más compra es el de tamaño mediano.

8. ¿Cuál es el precio que paga por cada arreglo floral a base de flores secas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 dólares	79	21
6 a 10 dólares	167	44
11 a 15 dólares	87	23
16 a 20 dólares	50	13
Total	383	100

Cuadro N° 12. Precio
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

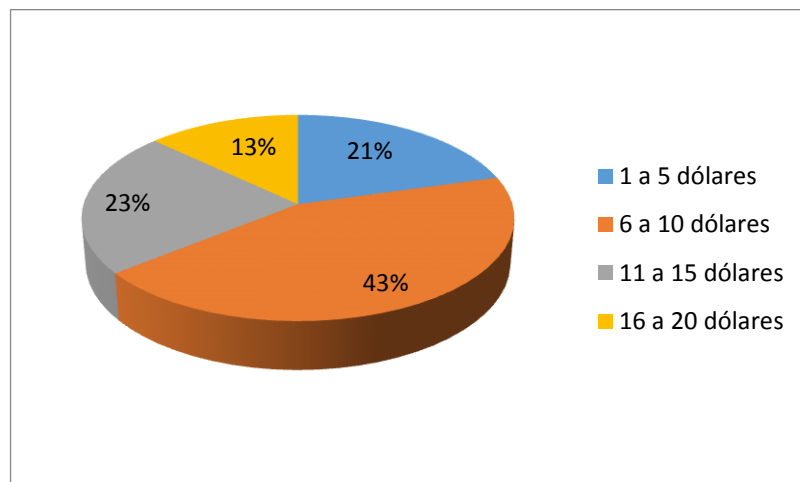


Gráfico No- 8. Precio
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Respondiendo a la pregunta anterior, el 21% de los habitantes que fueron encuestados manifestaron que el precio que pagan por cada arreglos floral en base a flores secas que adquieren es de 1 a 5 dólares, el 43% de ellos respondieron que la compra es de 6 a 10 dólares por cada arreglo, el 23% lo pagan al precio de 11 a 15 dólares y el 13% lo pagan de entre 16 a 20 dólares.

9. ¿Dónde adquiere los arreglos florales en base a flores secas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mercados	127	33
Supermercados	35	9
Florerías	150	39
Otros	71	19
Total	383	100

Cuadro No- 9. Lugar de compra
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

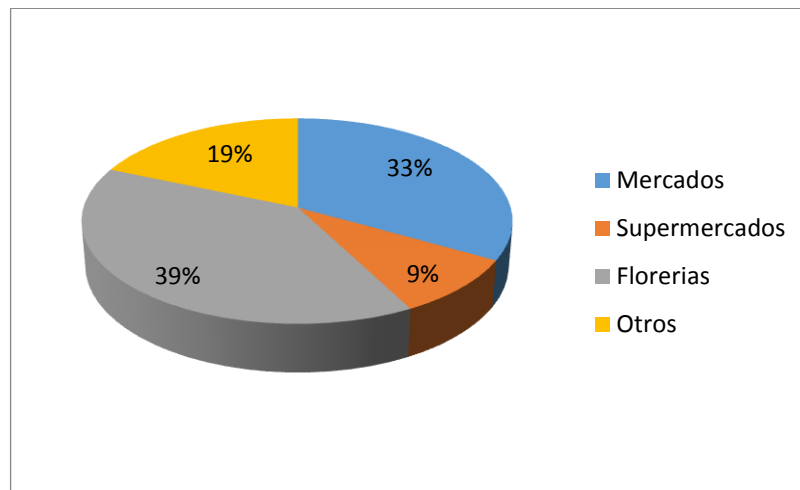


Gráfico No- 17. Composición del producto.
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Respondiendo a la pregunta anterior, el 33% de los habitantes que fueron encuestados manifestaron que compran los arreglos florales en base a flores secas en los mercados de la localidad, el 39% de ellos lo adquieren en las floristerías de la localidad, el 9% en supermercados y el 19% los adquieren en otros lugares como ser en ferias que se realizan en el cantón, de acuerdo a donde se realicen cada uno de ellos.

10. Si se creara una empresa productora y comercializadora de arreglos florales en base de flores secas para el cantón Ambato, provincia de Tungurahua, que le ofrezca un producto de calidad a un buen precio, ¿usted apoyaría la empresa?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	356	93
No	27	7
Total	383	100

Cuadro No- 14. Nueva empresa
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

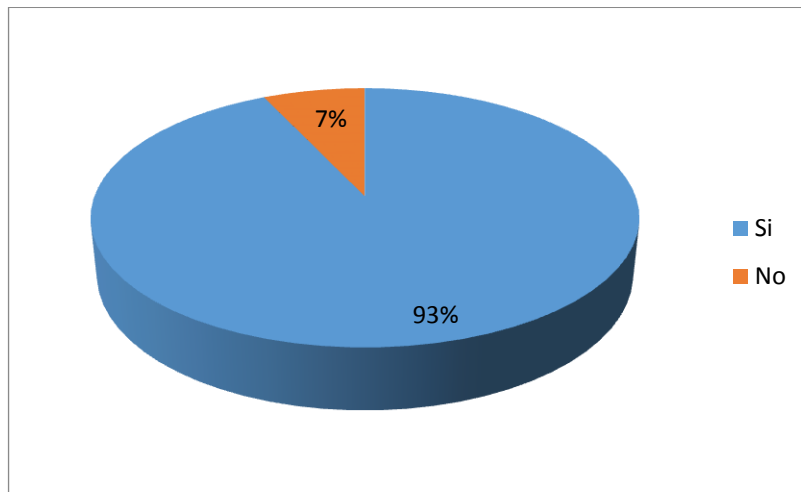


Gráfico N.- 10. Nueva empresa
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Según la pregunta hecha con anterioridad, se demuestra que el 93% de los encuestados supieron manifestar que si se creara una empresa productora y comercializadora de arreglos florales en base de flores secas en el cantón Ambato, ellos si apoya esta iniciativa, mientras que el 7% de ellos manifestaron que no lo harían, demostrando así que hay gran cantidad de porcentaje de encuestados que si lo harían.

11. ¿Dónde le gustaría adquirir los arreglos florales en base a flores secas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mercados	93	24
Supermercados	20	5
Florerías	150	39
Otros	120	31
Total	383	100

Cuadro No- 15. Lugar de compra
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

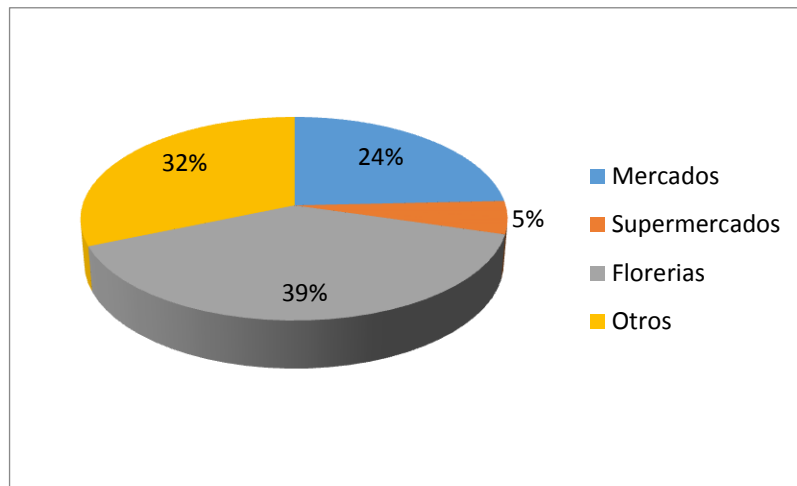


Gráfico N.- 11. Lugar de compra
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Según la pregunta anterior, el 24% de los habitantes que fueron encuestados manifestaron que les gustaría adquirir los arreglos florales en base de flores secas en los mercados de la localidad, el 39% en las floristerías, el 5% en supermercados y el 69% manifestaron que en otros lugares como puede ser en la misma empresa, o en los almacenes de venta de este tipo de producto.

12. ¿Qué medio publicitario usted prefiere para dar a conocer este tipo de producto?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	13	3
Radio	20	5
Prensa escrita	77	20
Vallas publicitarias	18	5
Facebook	153	40
Página web	102	27
Total	383	100

Cuadro No- 16. Publicidad
 Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
 Fuente: Encuesta a los demandantes

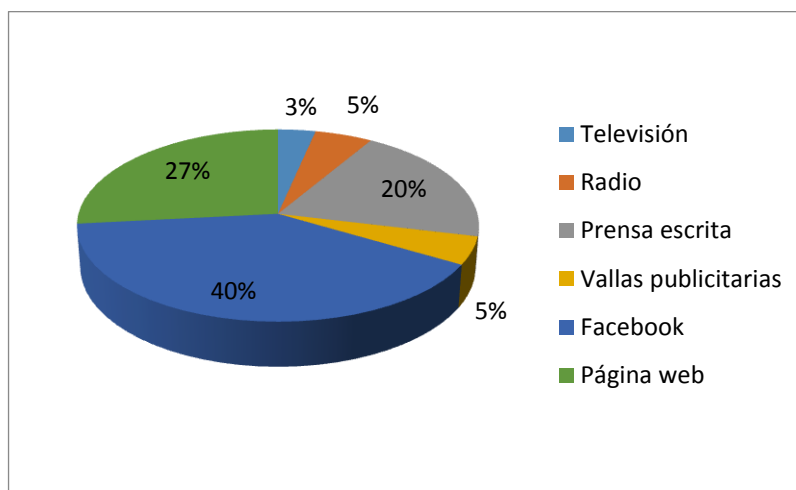


Gráfico N.- 12. Publicidad
 Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
 Fuente: Encuesta a los demandantes

Análisis e Interpretación

Atendiendo a la pregunta anterior, el 3% de los encuestados manifestaron que el medio publicitario que más prefieren es la televisión, el 5% de ellos manifestaron que es la radio, el 20% de ellos dijeron que es la prensa escrita, el 5% que les gusta las vallas publicitarias que se encuentran en la localidad, el 40% por medio del Facebook y el 27% por internet pero en páginas web.

ENCUESTA REALIZADA A LOS OFERENTES

1. ¿En su local, vende usted arreglos florales a base de flores secas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100
No	0	0
Total	20	100

Cuadro N° 17. Venta de arreglos a base de flores secas

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Encuesta a los Oferentes

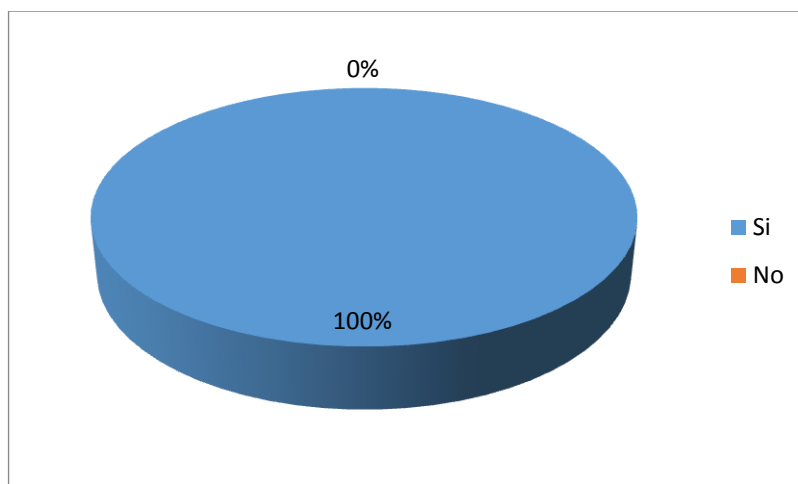


Gráfico N° 13. Venta de arreglos a base de flores secas

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Encuesta a los oferentes

Análisis e Interpretación

Respondiendo a la pregunta anterior, el 100% de los oferentes que fueron encuestados supieron manifestar que en su local comercial ellos si venden arreglos florales hechas a base de flores secas, mientras que no hay ningún oferente que manifestó que no lo hacen.

2. ¿Cuántos arreglos florales a base de flores secas vende al mes?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	7	35
6 a 10	3	15
11 a 15	2	10
16 a 20	3	15
21 a 25	3	15
26 a 30	2	10
Total	20	100

Cuadro N° 18. Venta de arreglos a base de flores secas
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los Oferentes

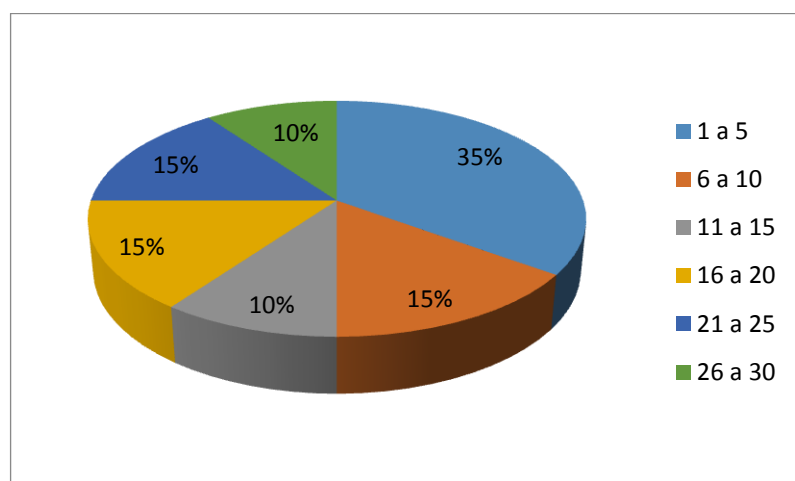


Gráfico N° 14. Venta de arreglos a base de flores secas
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los oferentes

Análisis e Interpretación

Atendiendo a la pregunta anterior, el 35% de los oferentes encuestados manifestaron que venden de entre 1 a 5 arreglos al mes, el 15% lo hacen de entre 6 a 10 arreglos al mes, el 10% lo hacen de entre 11 a 15 arreglos mensuales, el 15% lo hacen de entre 16 a 20, el 15% lo hacen de entre 21 a 25 y el 10% venden un promedio de 26 a 30 arreglos florales en base de flores secas al mes.

3. ¿Cuál es el precio de venta de los arreglos florales a base de flores secas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 dólares	8	40
6 a 10 dólares	6	30
11 a 15 dólares	3	15
16 a 20 dólares	3	15
Total	20	100

Cuadro N° 19. Precio de venta
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los Oferentes

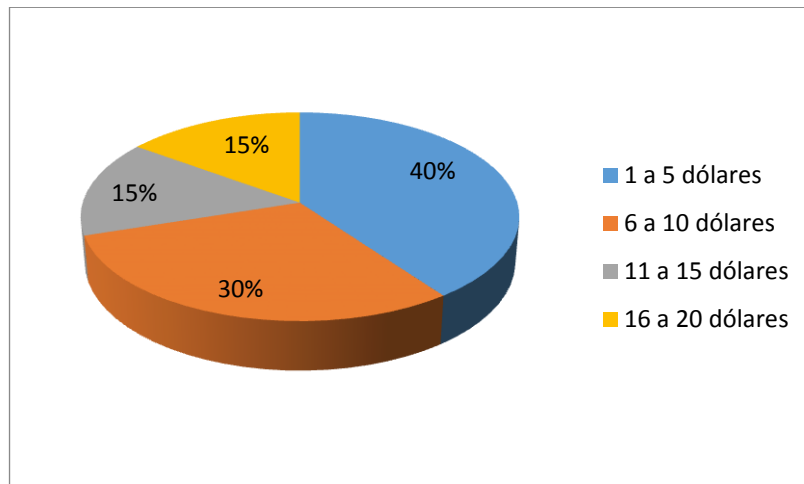


Gráfico N° 15. Precio de venta
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los oferentes

Análisis e Interpretación

Respondiendo a la pregunta anterior, el 40% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que el precio de venta van desde 1 a 5 dólares por arreglo, el 30% los venden en un promedio de 6 a 10 dólares, el 15% los venden de entre 11 a 15 dólares y el 15% lo hacen en un promedio de entre 16 a 20 dólares por arreglo floral.

4. ¿Ofrece promociones por las ventas en su local?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	25
No	15	75
Total	20	100

Cuadro N° 20. Promedio de ventas
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los Oferentes

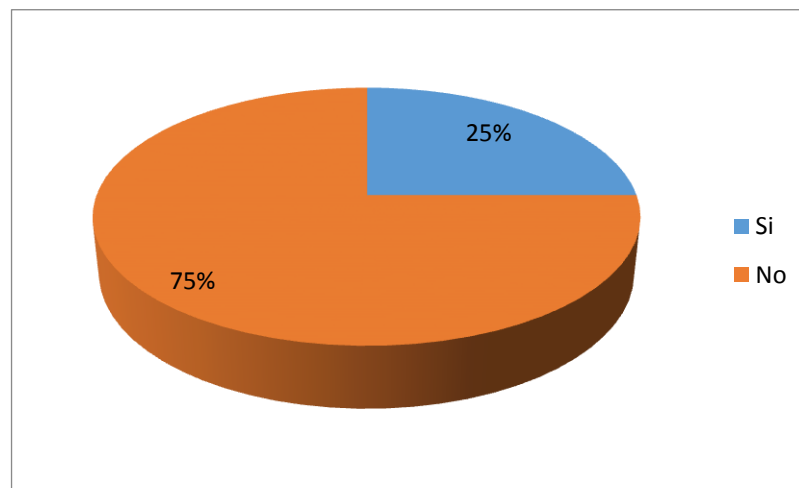


Gráfico N° 16. Promedio de ventas
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los Oferentes

Análisis e Interpretación

De acuerdo a la pregunta anterior, el 25% de los oferentes encuestados manifestaron que si ofrecen algún tipo de promoción en sus locales, mientras que el 75% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron o hacer ningún tipo de promoción por los productos que venden en sus locales.

5. ¿Por qué medio de comunicación hace conocer sus productos?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	0	0
Radio	3	15
Prensa escrita	5	25
Vallas publicitarias	0	0
Facebook	5	25
Página web	7	35
Total	20	100

Cuadro N° 21. Publicidad
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los Oferentes

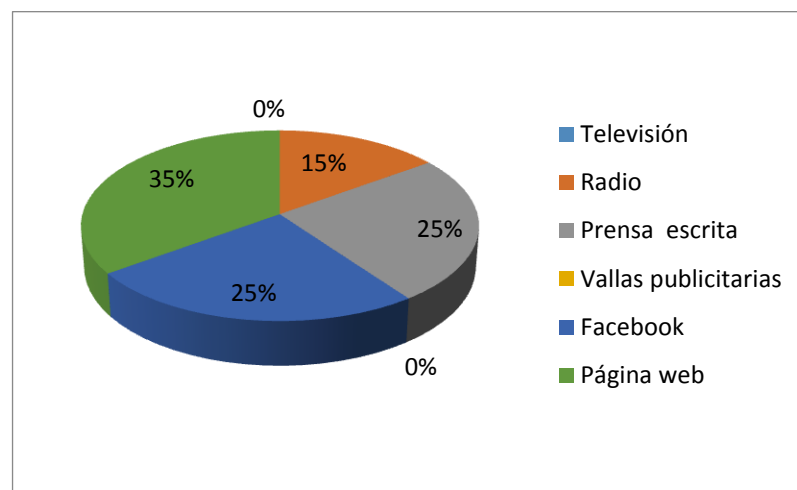


Gráfico N° 17. Publicidad
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los Oferentes

Análisis e Interpretación

Según la pregunta anterior, el 25% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que realizan algún tipo de publicidad utilizando es facebook, mientras que el 25% de ellos lo hacen por medio de la prensa escrita, el 35% por páginas web, ninguno publicita sus productos por medio de la televisión vallas publicitarias.

6. ¿Cree usted que el producto tiene acogida en el mercado?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	85
No	3	15
Total	20	100

Cuadro N° 22. Acogida del Producto
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los Oferentes

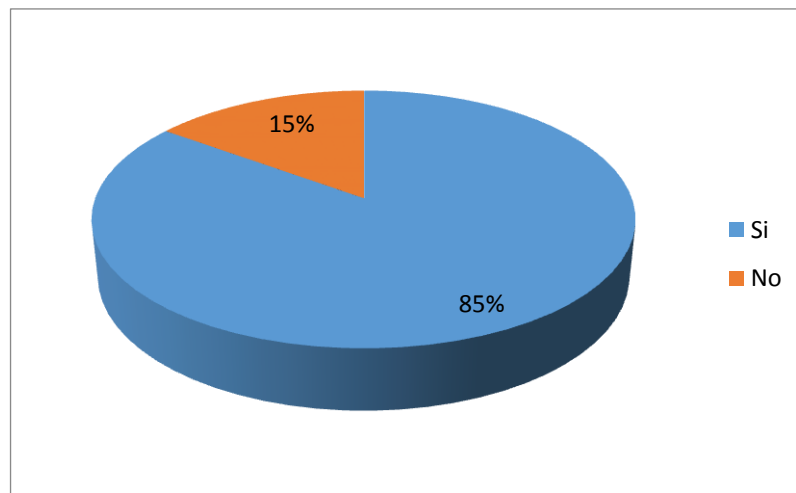


Gráfico N° 18. Acogida del producto
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Encuesta a los Oferentes

Análisis e Interpretación

Podemos observar que en esta pregunta los encuestados respondieron con un 15% que no tendría acogida el producto y el 85% que si lo tendría, dándonos una pauta para poder crear la empresa de flores artesanales.

Así tenemos:

Demanda Potencial

La demanda potencial se determinó con el análisis de información para el presente estudio o la segmentación de mercado que fue la PEA.

Para determinar la demanda potencial, se toma como base la Pregunta No. 2 que dice: ¿A usted le gustan los arreglos florales? de lo cual el 65%, indicaron que sí.

Entonces se infiere que de los 173.138 PEA se lo multiplica por el 65% de la demanda potencial, dando 114.490.

A los siguientes datos se los proyectó a 5 años, conforme se demuestra en el siguiente cuadro:

Año	PEA del cantón Ambato TC 3,11	Demanda Potencial 65%
0	176.138	114490
1	178851	116253
2	181605	118043
3	184402	119861
4	187241	121707
5	190125	123581

Cuadro N° 23. Demanda potencial
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Cuadro 6

Demanda Real.

Es el conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado.

La demanda real se considera la población segmentada que realmente compra arreglos florales a base de flores secas, se tomó como referencia la Pregunta No. 3, que dice: ¿Compra usted arreglos florales en base a flores secas? de los resultados consta que el 70% que compra el producto, por lo tanto la demanda real sería 8.425 multiplicado por el 70%, dando 85.868, el cuadro se detalla la proyección respectiva a 5 años:

Año	Demanda	Demanda Real
	Potencial 65%	75%
0	114.490	85.868
1	116.253	87.190
2	118.043	88.532
3	119.861	89.896
4	121.707	91.280
5	123.581	92.686

Cuadro N° 24. Demanda real
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Cuadro 7

3.3. Estudios de oferta

Es la cantidad de bienes y servicios que en cierto número de oferentes está dispuesto a poner en disposición del mercado a un precio determinado. Baca Urbina, (2013, p.54).

En la ciudad de Ambato existe solo una empresa dedicada a la producción y elaboración de este tipo de productos y en la ciudad de Pelileo existe otro productor y comerciante del mismo producto y ofrecen a la clientela y sería la competencia directa para el presente proyecto.

a) Belinda Flowers.

Es una empresa que se dedican a la confección de flores secas desde hace 15 años; van dirigidos a lo que son grandes distribuidores principalmente fuera de la provincia, también pequeñas distribuidores y satisfacen las necesidades del cliente.

b) Disflor.

Tiene la más amplia variedad de arreglos, decoración y distribución floral lleva 26 años de experiencia en el mercado y abastece a las pequeñas distribuidoras dentro y fuera de la provincia.

TABLA N° 4. Competencia.

EMPRESA	UBICACIÓN	PRODUCTO	Detalle	COSTO
Belinda Flowers	Ambato	Flores	dcna	\$3.00
		Palo torcido	pqt (20)	\$2.00
		Palo recto	pqt (20)	\$2.20
Disflor	Píllaro	Flores	dcna	\$3.25
		Palo torcido	pqt (20)	\$2.50
		Palo recto	pqt (20)	\$2.75

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación de Campo

3.5. Precios

Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. De forma más genérica el precio es la suma de todos valores que dan los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un servicio. (Kotler & Armstrong, 2008, p.355).

El precio de sku sugerido para las flores grandes y pequeñas es de:

$$P = q + r$$

$$P = 0.61 + 125\%$$

$$P = 0.61 + 0.76$$

$$P = 1.37$$

Y el precio de sku para los palos torcidos (churos) es:

$$P = q + r$$

$$P = 0.61 + 140\%$$

$$P = 0.61 + 0.85$$

$$P = 1.47$$

3.6. Canales de comercialización.

Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar el bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. (Baca Urbina, 2013, p.64).

Agentes. – Es sustancial que la empresa se dé a conocer mediante su labor buscando a los clientes en sus propios locales con el fin de dar a conocer el producto sus características y el beneficio de que sea artesanal y que no dañe al ecosistema.

Multicanal. - Se trata de tener diversos canales que le permitan interactuar a la empresa con los clientes de manera telefónica, por internet, dirigido a grupo de interés del sector florista.

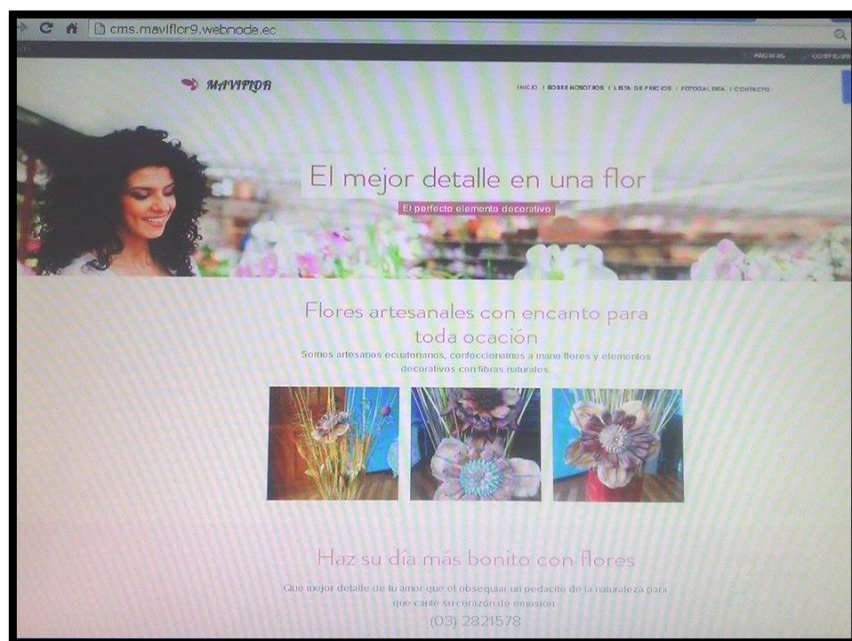


Imagen N° 9. Página de internet
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de Campo

Internet. - La comercialización por este medio es muy eficaz, por lo que es necesario disponer de una página web que permita concretar la venta de los productos, la promoción se la realiza en redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp.



Imagen N° 10. Página de facebook
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de Campo

3.7. Canales de distribución

Es el recorrido que atraviesa el producto, desde el fabricante o productos hasta el consumidor final/usuario industrial. (Lima Suarez, 2011, p.190).

En la distribución del producto se lo va a realizar a través del canal corto que es la entrega a los distribuidores y florerías hacia el consumidor final como se puede apreciar en el siguiente gráfico:



Imagen N° 11. Canales de Comercialización
Adaptado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de campo

3.8. Estrategias de comercialización

Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar el bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. (Baca Urbina, 2013).

Las estrategias de comercialización son los medios, a través de los cuales se espera obtener una ventaja sobre los competidores, cautivar a los compradores y un aprovechamiento óptimo de los recursos.

3.8.1. Estrategias para el producto

Definimos como un producto, como cualquier cosa que se pueda ofrecer en un mercado para recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido y que pueda satisfacer una necesidad o deseo. Los productos son más que solo bienes tangibles. En una definición amplia los productos incluyen objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o combinaciones de estas entidades. (Kotler, Armstrong, Merino & Pintado, 2011, p.163)

- Incentivar a los clientes sobre el beneficio que ganarán al adquirir el producto, dando a conocer las cualidades que tienen los productos hechos artesanalmente.



Imagen N° 12. Banner de la empresa
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de campo

Detalle del banner:

1. Logotipo de la empresa

2. Gráficos de las flores artesanales que se elabora y gráfico de la naturaleza ya que pretendemos minimizar la contaminación del medio ambiente.
3. Breve detalle de la actividad de la empresa.

Somos artesanos ecuatorianos, confeccionamos a mano flores decorativas con fibras naturales, gracias a la diversidad de nuestro país contamos con productos de buena calidad y diseños únicos.

Estamos listos para ofrecer productos adaptados a las necesidades y tendencias de nuestros clientes con especificaciones de colores, tamaños, materiales.

Imagen N° 13. Detalle de la actividad de la empresa.
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de campo

4. Beneficios que los productos artesanales.

Beneficios al momento de adquirir el producto artesanal

- Comprando productos artesanales ayudas al sustento del artesano y su familia.
- Apoyando la artesanía también apoyas la cultura y las tradiciones.
- Compras productos únicos y originales.
- Ayudas a respetar el medio ambiente ya que los productos siguen procesos sostenibles con el medio ambiente.

Imagen N° 14. Detalle de la actividad de la empresa.
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de campo

5. Dirección, teléfonos, correo, ect.

Dirección: Cdla. Vicentina. Calle Magallanes y Orellana.

Telf.: 2821578 - 09873778696

Pág.: ems.maviflor.webnode.ec

Correo: Maviflor@outlook.es

Facebook: Maviflor

Ambato - Ecuador

Imagen N° 15. Detalle de la actividad de la empresa.
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de campo

- Incluir servicios adicionales que les brinden al cliente un mayor disfrute del producto, por ejemplo, facilidades de pago, una mayor asesoría en la compra.

Facilidades de pago	Efectivo	Contado
La compra hasta \$ 500 dólares	70%	30%
La compra hasta \$ 1.000 dólares	60%	40%
Más de \$1.000 dólares	40%	60%

Cuadro N° 25. Facilidades de pago
 Adaptado por: Mayra Viteri
 Fuente: Investigación de campo

3.8.2. Estrategias para el precio

Es el valor monetario de un producto o servicio. (Munch Galindo, 2012, p.171)

- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo, para poder obtener una rápida acogida, o se pueda dar a conocer prontamente el producto.
- Analizar el sistema productivo adecuado que le permita establecer costos, e implantar un precio asequible para seguir en el mercado.

3.8.3. Estrategias para la plaza o distribución

Lugar donde se satisface las necesidades incluidas los canales de distribución. (Prieto Herrera, 2009, p. 100)

- Ofrecer los productos vía internet.
 Página web: ems.maviflor9.webnode.ec
- Ofrecer los productos por catálogos (trípticos).



Imagen N° 16. Tríptico de los productos de la empresa.
 Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

- Realizar visitas a nuestros clientes para darles a conocer nuestro producto.



Imagen N° 17. Detalle de la actividad de la empresa.
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de campo

3.8.4. Estrategias para la promoción o comunicación

La promoción es toda actividad que sirva para dar a conocer el producto o servicio. (Prieto Herrera, 2009).

- Ofrecer descuentos por cantidad o descuentos por temporadas.
- Participar en ferias como las que se realizan en el Parque de la Familia, Finados y otros.
- Crear folletos, catálogos o tarjetas de presentación para dar a conocer los productos.
- Creación de una imagen para la empresa.
- La publicidad se la realiza por el canal del gobierno Ecuatv que impulsa a los emprendimientos y microempresas mediante el slogan “CONSUMA LO NUESTRO”.

Los costos por publicidad se detallan a continuación:

PUBLICIDAD	Medio	Detalle	Costo total
Prensa escrita	El Heraldo	20.90 x 8 días	167.2
Banner	Publineon	unidad	40
Catálogo	Copy full	37 und.	67.8
Tarjetas	Copy full	1.000 tarjetas	25.00
TOTAL			300.00

Cuadro N° 26. Costos de Publicidad
Adaptado por: Mayra Viteri
Fuente: Investigación de campo

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Es la investigación que consta de la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización optima, la ingeniería del proyecto y análisis organizativo. (Baca Urbina, 2013, p. 6)

El estudio técnico que se detalla a continuación permite establecer la localización y el tamaño adecuado de las instalaciones de la empresa para la producción y comercialización del producto.

4.1. Tamaño del emprendimiento

La dimensión o tamaño de un proyecto se define como una capacidad de producción en un determinado periodo de funcionamiento de funcionamiento. (Prieto Herrera 2009, p. 101)

a. Factores determinantes del tamaño

En este punto se trata de los distintos factores que afecten a la productividad y comercialización de la empresa demanda del producto, localización de la empresa, factores ambientales (sequias, abundantes lluvias, etc), materia prima, capacidad entre otras.

b. Tamaño óptimo

Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o máxima rentabilidad económica. (Baca Urbina, 2013, p. 100)

El tamaño óptimo es la capacidad que tiene la empresa de producir y comercializar el producto durante un año para satisfacer las necesidades de los clientes por el producto que se va a ofrecer.

4.2. LOCALIZACIÓN

La mejor localización contribuye a mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social). Baca Urbina, (2013, p. 110)

El proyecto estará ubicado en la Provincia de Tungurahua, en el Cantón Ambato, que está constituido por 10 parroquias urbanas: Atocha, Celiano Monge, Ficoa, Huachi Chico, Huachi Loreto, La Matriz, La Merced, La Península, Pishilata y San Francisco y las 18 parroquias rurales: Ambatillo, Atahualpa, Augusto Martínez, Constantino Fernández, Cunchibamba, Huachi Grande, Izamba, Juan B. Vela, Montalvo, Pasa, Picaihua, Pilahuín, Quisapincha, San Bartolomé de Pinllo, San Fernando, Santa Rosa, Totoras y Unamuncho.

El cantón Ambato se caracteriza por ser una ciudad de turismo la cual se basa especialmente en la habilidad y destreza que tienen los artesanos, que con sus recursos naturales ellos crean maravillosos objetos en madera, cerámica, hojas de choclo, tejido, calzado, etc.; para ser expuestos al turista nacional y extranjero.

a. Macro localización

La selección del área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto se conoce como macro localización. Araujo, Arévalo (2012, p. 71)

Para la macro localización del proyecto se tomó en cuenta la población del cantón Ambato.

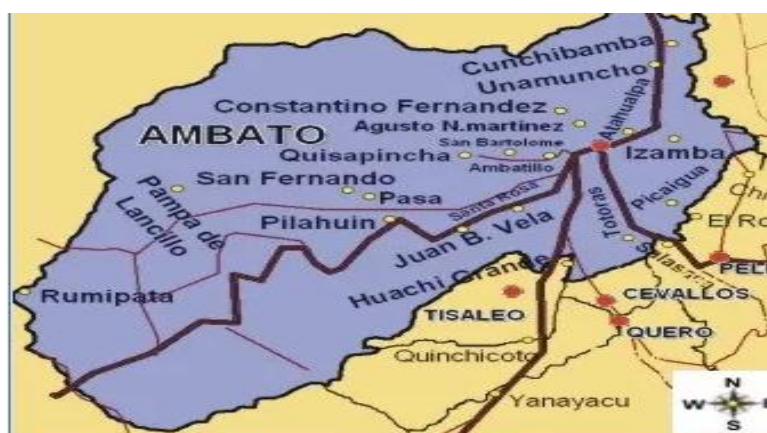


Imagen N° 18. Macro localización.
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Google Map

b. Micro localización

Una vez definido la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Araujo, Arévalo (2012, p. 71)

El proyecto estará ubicado en la parroquia La Matriz, en el Barrio La Vicentina, Calle Magallanes 01-21 entre Orellana y Pizarro, cuenta con todos los servicios básicos como son agua, luz, alcantarillado, línea telefónica, internet al ser una zona transitada, existe un excelente servicio de transporte ya que cuenta con algunas cooperativas de transporte que pasan a una cuadra y media del lugar y servicio de taxis las 24 horas del día.



Imagen N° 19. Micro localización
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Google Map

Tabla N° 5. Determinación de la ubicación de la empresa

Alternativas de ubicación	Factores condicionantes de ubicación				Total
	Vías de acceso	Disponibilidad de mano de obra	Infraestructura adecuada	Servicios básicos	
Parroquia La Matriz	4	3	4	4	15

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Calificación:	Excelente	4
	Buena	3
	Regular	2
	Deficiente	1

La parroquia La Matriz es óptima para ubicar el proyecto tomando en cuenta los factores como: Las vías de acceso, disponibilidad de mano de obra, excelente estructura y los servicios básicos apropiados como se detalla en la Tabla No- 5 a en:

4.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio técnico, que se relaciona con su fase de producción, que permita optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o la prestación de algún servicio. (Prieto Herrera 2009, p. 109)

a. Producto – proceso

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo. Baca Urbina (2013, p. 112)

1. Recolección de la materia prima
2. Se lava en unas tinas grandes para eliminar la tierra y otros elementos que puedan estar.
3. El material se seca al sol.
4. Selección de la materia prima.
5. Algunas de la materia prima tiene puntas, se las recorta para que no lastimen.
6. En el caso de la ungurahua se la tuerce en palos de escoba.

7. Se la pone en el horno.
8. Se procede a elaborar las flores.
9. Se pintan con colores vegetales.
10. Se las seca al sol o en el horno.
11. Están listas para la venta.

b. Balance de materiales

El balance de materiales se hace con el objeto de incluir datos sobre las relaciones técnicas, de transformación de las materias e insumos diversos como productos finales, productos intermedios, subproductos y residuos. (Araujo Arévalo, 2012, p. 87)

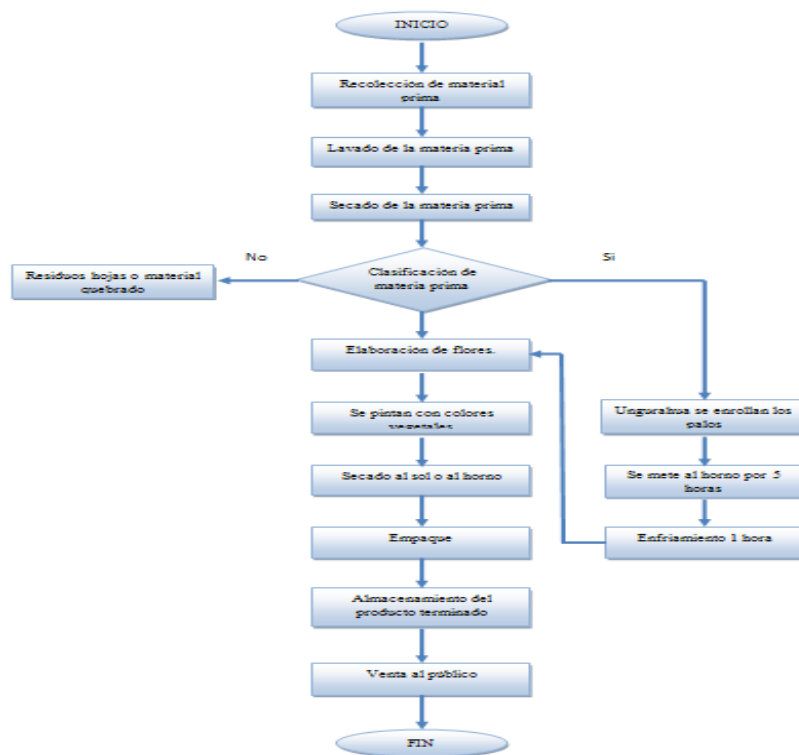


FIGURA N° 2. Diagrama de proceso
 Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
 Fuente: Investigación Propia

c. Periodo operacional estimado de la planta

El periodo operacional de la planta, se conoce como el periodo económico del proyecto o vida y es el tiempo que define todas las proyecciones (demanda, oferta, ingresos, egresos, etc.). (Foncrei, 2000, p. 22).

Para el proyecto de emprendimiento se estima un periodo operacional de 5 años en un periodo de vida de 20 años con la incorporación de nuevas técnicas y tendencias modernistas tomando en cuenta el plazo de financiamiento lo cual nos permite medir el retorno del financiamiento.

d. Capacidad de producción

Se expresa a través de un indicador que refleja el número de unidades producidas por unidad de tiempo, está condicionado a número de máquinas o equipos que posee la empresa y volumen de producción que puede llegar a generar en condiciones óptimas, teniendo en cuenta los tiempos de producción, flujo de materiales, mano de obra directa disponible, entre otros. (Galindo Ruiz, 2011, p. 93).

e. Distribución de maquinarias y equipos

El principal objetivo de analizar la distribución de máquinas, equipos, materiales y servicios, auxiliares en la planta es optimizar el valor creado por el sistema de producción. El arreglo también debe satisfacer las necesidades de los trabajadores, gerente y demás personas relacionadas con el sistema de producción. (Araujo Arévalo, 2012, p. 90).



Imagen N°20. Distribución de maquinaria y equipo
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación Propia

CAPITULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Se encarga de los factores propios de actividad ejecutiva de la administración del proyecto: organización, procedimientos administrativos y normas legales asociadas. (Sapag Chain, 2014, p. 170).

5.1. Aspectos Generales

En el proyecto se deberá estipular el tipo de empresa que se piensa establecer, forma jurídica, fecha de constitución, duración, domicilio de la planta y de las oficinas, monto del capital social nacionalidad de los accionistas y porcentaje de participación de cada uno de ellos. (Foncrei, 2000, p. 24).

El estudio organización no es más que el diseño de cómo está estructurada la empresa en relación a la distribución de los espacios y del talento humano que va a colaborar dentro de la misma para llegar al objetivo deseado.

Mediante el presente estudio se va a coordinar las actividades

5.1.1. La Empresa

La empresa es una unidad de productiva y organizativa cuyo objeto es la producción de bienes o presentación de un servicio, para satisfacer las necesidades y demandas de los clientes, con fines económicos y comerciales. (Campos, Domínguez & Raya, 2014, p.14).

La empresa de producción y comercialización es una unidad productiva y organizada que se hará conocer en el mercado de lo artesanal cumpliendo con los reglamentos y leyes que esta rama ha impuesto para sus miembros.

5.1.2. Organización legal

Para la organización jurídica se ha previsto inscribirnos en la Junta Provincial de Defensa del Artesano que para obtener la calificación del Taller Artesanal se debe tener los siguientes requisitos:

PERSONALES:

- Que la actividad sea eminentemente artesanal;
- Que la dirección y responsabilidad del taller esté a cargo del Maestro de Taller.

GENERALES Y LEGALES

- Copia Cédula Identidad
- Copia Certificado de votación (hasta 65 años)
- RUC
- Foto carné actualizada a color
- Tipo de sangre
- Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantona
- Depositar en el Banco de Pichincha en la cta. Cte. 3501158304 la cantidad de \$4,00 dólares americanos por registro autónomo.
- Llenar el formulario de registro.

La Junta Nacional del Artesano considera ARTESANO al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, será calificado por la JNDA, desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios (15) y aprendices (5), y que hubiera invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500. La JNDA a través de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. (Junta Nacional Defensa del Artesano, 2014).

5.1.3. Nombre o razón social

El nombre del taller artesanal va en concordancia con el objeto que se desea cumplir, ofrece productos para la decoración de espacios con arreglos florales y así alegran el ambiente por esa razón el taller artesanal funcionara con el nombre de “Maviflor”.

5.1.4. Slogan

De igual forma el nombre permitirá mantener en claro lo que se va a encontrar en el Taller Artesanal y el slogan que la frase con la que se va a identificar a la empresa. Las iniciales de la razón social “Maviflor” que quiere expresar las dos primeras letras del nombre de la persona que realiza el proyecto y flor por lo que nuestro producto es las flores secas artesanales, su slogan es:

“El mejor detalle en una flor”

5.1.5. Logotipo

Se va a contar con un logotipo que será colocado en los diferentes tramites y papeleos que realice el Taller Artesanal, así se posesionará en el mercado brindando un producto de calidad a nuestros clientes.



Imagen N°21. Distribución de maquinaria y equipo
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación Propia

Donde podemos decir que la psicología del color del logotipo es:

Negro. – El color negro expresa la elegancia, la sofisticación, prestigio lo que se busca que los clientes perciban de la empresa.

Azul. – Se eligió el color azul ya que expresa profesionalismo, conocimiento, seriedad y confianza que es lo que la empresa quiere dar a notar a sus clientes y al público en general.

Rojo. - Se lo utiliza ya que se quiere influir dinamismo en las personas, llamar la atención ya que denota calidez, agresividad, atracción y pasión lo que justamente se quiere motivar para la venta del producto.

Dorado. – Es el color que se lo asocia con la fidelidad, amistad y confianza, pero no se lo utiliza como dominante solo en la flor que reemplaza a la i, y como ya se expuso es la confianza lo que se quiere destacar en la empresa.

5.1.7. Misión

Maviflor es una empresa comprometida con sus clientes en entregar productos de excelente calidad y ecológicos realizados artesanalmente, basándose en actuaciones éticas el uso de materiales naturales teniendo en cuenta la responsabilidad ambiental.

5.1.8. Visión

Ser para en el año 2022 la empresa ambateña de flores secas con una gran gama de elementos decorativos generando rentabilidad y posicionamiento en el mercado local y nacional.

5.1.9. Principios y Valores

- **Cumplimiento.** Con las leyes y reglamentos regidos por el gobierno nacional, provincial y de la JNDA.
- **Compromiso.** Con el medio ambiente y los clientes.
- **Lealtad.** Para con nuestros clientes y personal, así llegar a tener un buen ambiente laboral dentro y fuera de la empresa.
- **Calidad.** En los productos que se van a ofrecer.
- **Puntualidad.** Con los clientes en los pedidos y entregas del producto.
- **Respeto.** Dentro de la empresa y fuera de ella para no solo ser colaboradores sino tener un ambiente de compañerismo.

5.1.10. Objetivos empresariales

5.1.10.1 Objetivo General

- Maviflor desea ser la empresa líder en el mercado con una marca reconocida por su variedad y diseño en la ciudad de Ambato Tungurahua.

5.1.10.2. Objetivos Específicos

- Innovar semestralmente los modelos y tamaños de las flores secas.
- Abrir una tienda el primer trimestre del siguiente año para llegar al consumidor final.
- Inaugurar un local en cada provincia por año.

5.2. Diseño Organizacional

En este punto se va a dividir las tareas, responsabilidades y áreas dentro de la empresa, así como establecer relaciones dentro de ella y también con los clientes.

5.2.1. Constitución del Taller Artesanal

Empresa: MAVIFLOR

Actividad: Producción y elaboración de flores secas artesanales.

RUC: 1803384872001

Representante legal: Mayra Viteri

Dirección: Cdla. Vicentina, calle Magallanes 0121 entre Orellana y Pizarro.

Teléfonos: 2829672-0999707326

Vida útil: 20 años

Respaldo legal: Certificado de calificación artesanal

Obtención del RUC: Servicio de Rentas Internas

Razón Social: Empresa Artesanal de flores secas MAVIFLOR

5.3. Estructura Organizativa

Es un gráfico de la organización del proyecto y permite representar a la estructura organizacional de este. El organigrama señala la vinculación que existe entre los

departamentos, diseñados en el estudio de factibilidad del proyecto. (Lara, 2014, p. 144).

En toda empresa es necesario tener una estructura organizativa lo que ayuda a coordinar las actividades a realizarse y ayuda a cumplir las metas fijadas.

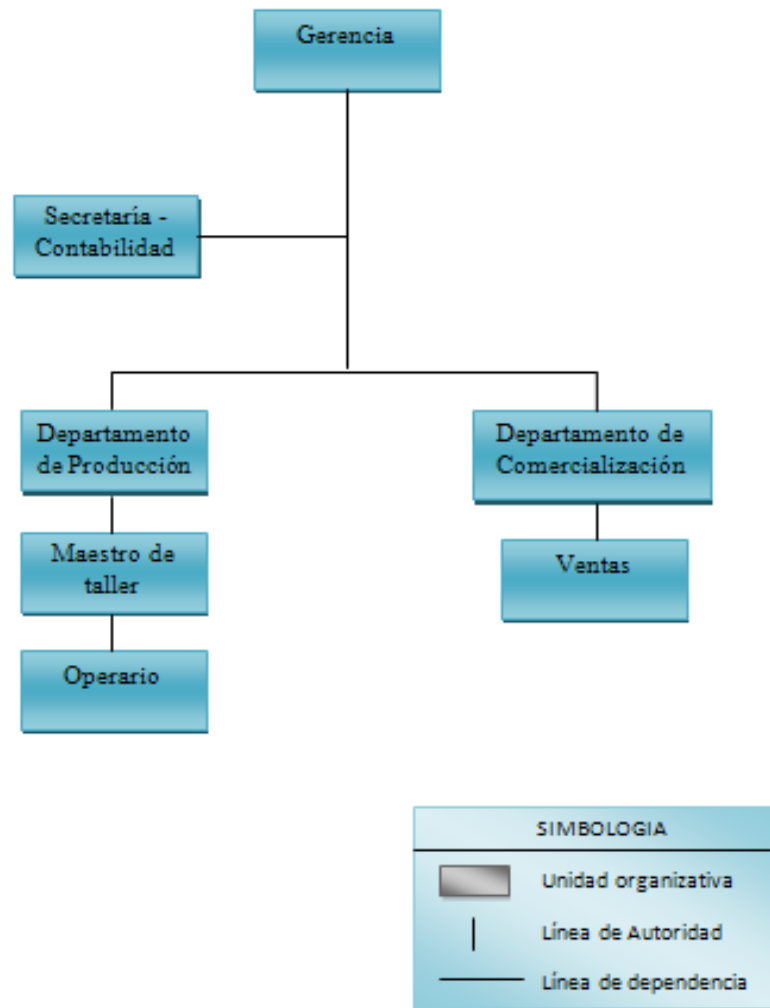


Figura N° 3. Organigrama Estructural
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

5.4. Estructura Funcional

Se encuentran basadas en las actividades primarias que tienen que ser llevadas a cabo por una organización, tales como producción, finanzas y contabilidad, marketing, recursos humanos, investigación, etc. (Gerry, 2010, p. 25)

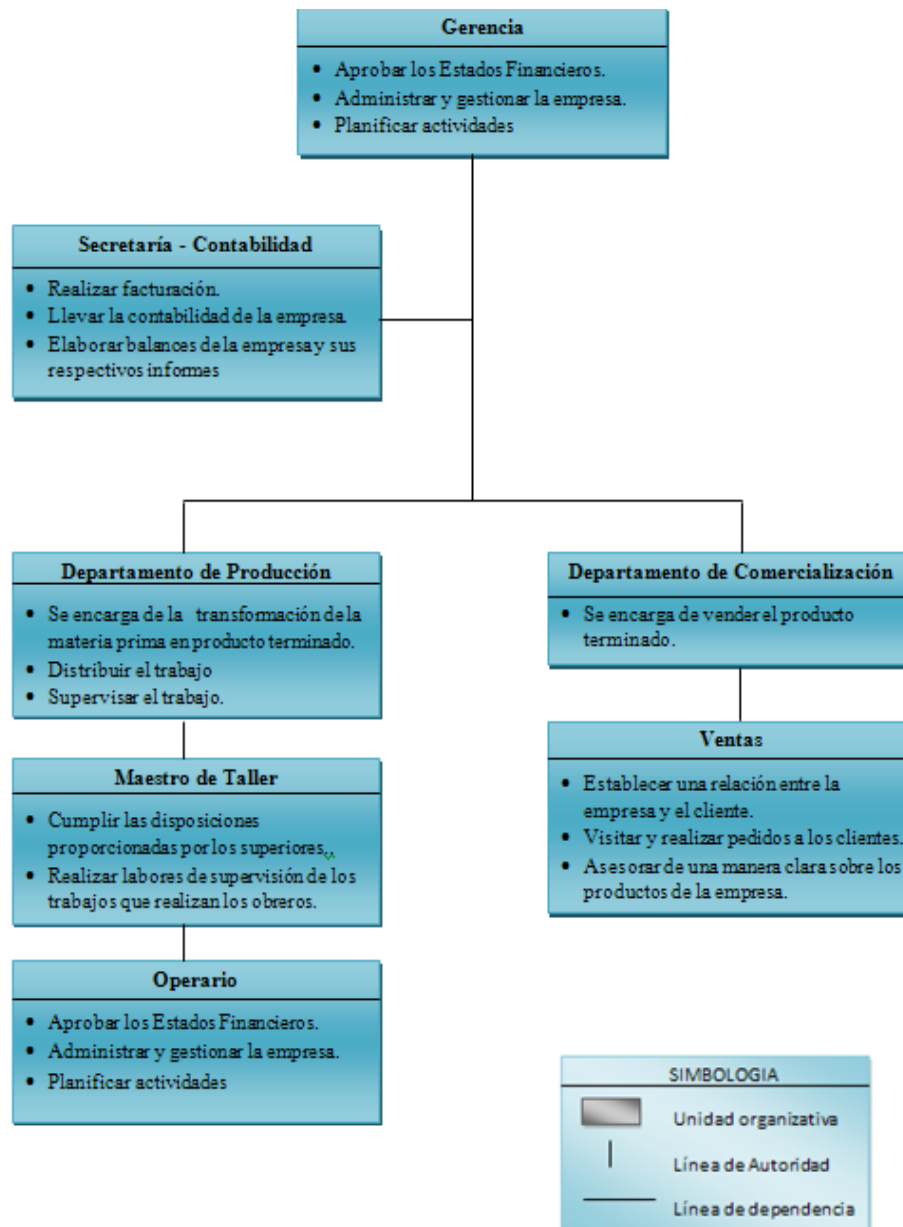




FIGURA N° 4 Organigrama Funcional.
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)


5.5. Manual de Funciones


Expresa todas las actividades que debe desarrollar un trabajador en determinado cargo. También debe contemplar las responsabilidades que le son inherentes, así como su nivel de interacción con las demás dependencias. (Galindo Ruiz, 2011, p. 126).


A continuación, presentamos los manuales de funciones del Taller Artesanal “MAVIFLOR”:

	MANUAL DE FUNCIONES
CARGO: Gerente	
DETALLE DEL CARGO: Aplicación de funciones administrativas y laborales	
NOMBRE DEL CARGO: Gerente	
FINALIDAD DEL CARGO: Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena de la empresa para lograr los objetivos a ser logrados.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser representante legal, judicial de la Empresa. ❖ Celebra contratos de trabajo para mejorar la actividad empresarial. ❖ Celebra contratos para la provisión de materia prima. ❖ Celebra contratos de comercialización directa. ❖ Establecer plan estratégico incluido misión, visión, objetivos, metas entre otros. ❖ Realizara actos y operaciones en el Banco Nacional del Fomento. ❖ Conocer rutas de comercialización. <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título de Administración y afines ❖ Experiencia mínima 3 años. ❖ Curso de computación actualizada. ❖ Curso de relaciones humanas. 	
REPORTA A: Gerente	
SUPERVISA A: No tiene	

	MANUAL DE FUNCIONES
CARGO: Secretaria - Contadora	
DETALLE DEL CARGO: Ayudar en las funciones administrativas y llevar la contabilidad de la empresa	
NOMBRE DEL CARGO: Secretaria - Contadora	
FINALIDAD DEL CARGO: Manejar, tramitar documentos y realizar las actividades de el diario contable en la empresa	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Manejar datos e información confidencial de la empresa. ❖ Realizar facturación. ❖ Llevar la contabilidad de la empresa. ❖ Elaborar roles de pagos. ❖ Elaborar balances de la empresa y sus respectivos informes. <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título de Contador ❖ Experiencia de un año. ❖ Manejo de programas de contabilidad. ❖ Curso de Recursos Humanos. 	
REPORTA A: Gerente	
SUPERVISA A: No tiene	

	MANUAL DE FUNCIONES
CARGO: Vendedor	
DETALLE DEL CARGO: Aplicación de funciones administrativas y laborales	
NOMBRE DEL CARGO: Vendedor	
FINALIDAD DEL CARGO: Distribución ordenada y eficiente del producto.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Establecer una relación entre la empresa y el cliente. ❖ Reunirse con clientes para lograr contratos de venta del producto ❖ Asesorar de una manera adecuada y clara sobre los productos de la empresa. ❖ Realizar pedidos a los clientes. REQUISITOS: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título en Marketing. ❖ Experiencia de dos años. ❖ Curso de relaciones humanas. ❖ Curso de computación actualizado. 	
REPORTA A: Gerente	
SUPERVISA A: No tiene	

	MANUAL DE FUNCIONES
CARGO: Maestro de Taller	
DETALLE DEL CARGO: Supervisa el trabajo de los operarios	
NOMBRE DEL CARGO: Maestro de Taller	
FINALIDAD DEL CARGO: Mejorar el proceso en las diferentes áreas de producción.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cumplir las disposiciones proporcionadas por los superiores. ❖ Organizar las actividades para realizar en el aprovechamiento de las fibras. ❖ Realizar labores de supervisión de los trabajos que realizan los obreros. ❖ Mantener una información oportuna de la materia prima para evitar el desabastecimiento. <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser mayor de edad. ❖ Poseer el título de artesano otorgado por JNDA. ❖ Experiencia de dos años. 	
REPORTA A: Gerente	
SUPERVISA A: Los operarios	

	MANUAL DE FUNCIONES
CARGO: Operario	
DETALLE DEL CARGO: Realizar manipulación de las herramientas para la elaboración del producto	
NOMBRE DEL CARGO: Operario	
FINALIDAD DEL CARGO: Responsabilidad en las actividades, manipulación de las herramientas y la materia prima.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cumplir la disposición dada por los supervisores ❖ Verificar diariamente las herramientas que estén en buen estado ❖ Controlar la materia prima no esté en mal estado ❖ Operar las herramientas y la materia prima bajo su cargo ❖ Evitar el desperdicio de la materia prima REQUISITOS: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser mayor de edad ❖ Experiencia mínima un año ❖ Contribuye con la fabricación de obras de artesanía 	
REPORTA A: Maestro de Taller	
SUPERVISA A: Los operarios	

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporciona las etapas anteriores, elabora los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad. (Sapag Chain, 2014, p. 195)

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

Son todas las inversiones que se realizan en activos tangibles que se utilizara en la transformación de los insumos o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto. (Sapag Chain, 2014, p. 200).

Los bienes detallados a continuación se emplean en la producción, administración y venta, para efectos contables, los activos fijos tienen su depreciación.

Los activos fijos son necesarios para toda empresa y “MAVIFLOR” no es la excepción.

Tabla N.- 5. Inversiones de Activos fijos de la empresa.

CANTIDAD	ITEM	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
	Muebles y enseres		
2	Mesa grande	60	\$ 120.00
2	Sillas	4	\$ 8.00
1	Estanteria	45	\$ 45.00
	Total muebles y enseres		\$ 173.00
	Muebles de oficina		
2	Escritorio	85	\$ 170.00
4	Silla	15	\$ 60.00
1	Archivador	45	\$ 45.00
	Total muebles de oficina		\$ 275.00
	Equipode computo		
1	computadora	180	\$ 180.00
1	Impresora-copiadora	100	\$ 100.00
	Total equipo de computo		\$ 280.00
	Equipo de oficina		
1	teléfono	8	\$ 8.00
	Total equipo de oficina		\$ 8.00
	Herramientas		
1	Taladro	30	\$ 30.00
2	Tijeras de podar	4	\$ 8.00
1	Alicate	4	\$ 4.00
	Total herramientas		\$ 42.00
	Maquinaria y equipo		
1	Cocina industrial pequeña	35	\$ 35.00
1	Horno a gas industrial	250	\$ 250.00
	Total maquinaria y equipo		\$ 285.00
	TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 1,063.00

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Tabla N.- 6. Activos menores de la empresa.

Cantidad	Activos menores	Precio	Valor
4	Tijera de 5'5 y 6 pulgadas	22	\$ 88,00
10	Agujas de cocer gruesas	0,3	\$ 3,00
10	Alfileres	0,03	\$ 0,30
4	Deshilacheras	1,5	\$ 6,00
3	Cinta métrica	1,5	\$ 4,50
3	Regla	5	\$ 15,00
4	Tiza sastre	1,7	\$ 6,80
2	Marcadores de tela	1,5	\$ 3,00
Total activos menores			\$ 126,60

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Tabla N.- 7. Depreciación de Activos fijos de la empresa.

ACTIVO	VALOR TOTAL (\$)	AÑOS DE VIDA ÚTIL	% DE DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN POR AÑOS EXPRESADA EN DÓLARES (\$)					VALOR RESIDUAL
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 173,00	10,00	0,10	\$ 17,30	\$ 17,30	\$ 17,30	\$ 17,30	\$ 17,30	\$ 86,50
MUEBLES DE OFICINA	\$ 275,00	10,00	0,10	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 137,50
EQUIPO DE OFICINA	\$ 8,00	10,00	0,10	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 4,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 280,00	3,00	0,33	\$ 93,33	\$ 93,33	\$ 93,33			\$ 0,00
REPOSICIÓN EQ. DE COMPUTACIÓN	\$ 306,94	3,00	0,33				\$ 102,31	\$ 102,31	\$ 102,31
TOTAL DEPRECIACIÓN				\$ 138,93	\$ 138,93	\$ 138,93	\$ 147,91	\$ 147,91	\$ 330,31

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Los Activo detallados en la Tabla N.- 5 son los que se va a utilizar tomando en cuenta todo lo necesario para el funcionamiento inicial empresa, los activos menores los cuales se los utilizan también se los tomo en cuenta como se lo puede observar en la Tabla N.- 6 pero por separado ya que estos no llevan depreciación.

La Tabla N.-7 son las depreciaciones de Activo fijo tomando en cuenta los años de vida útil y el porcentaje de depreciación.

6.2. Inversiones en activos fijos intangibles

Son todos aquellos que se realizan sobre los activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la propuesta en marcha del negocio. (Sapag Chain, 2014, p. 200)

Son susceptibles de amortización, afectando el flujo de caja indirectamente a continuación los siguientes gastos:

Tabla N.- 8. Inversiones de Activos fijos intangibles para la empresa

RUBRO	COSTO TOTAL (\$)
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 150.00
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00
TOTAL	\$ 250.00

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Tabla N.- 9. Amortización de Activos fijos intangibles para la empresa

DESCRIPCIÓN	VALOR (\$)	PORCENTAJE DE AMORTIZACIÓN	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN POR AÑO EXPRESADA EN DÓLARES				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 150.00	20%	5	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00	20%	5	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
TOTAL	\$ 250.00			\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado. (Sapag Chain, 2014, p. 205).

Para un funcionamiento normal de actividades y recuperación económica, antes de calcular el capital de trabajo se debe prever todos los gastos que tendrá la empresa:

Tabla N.- 10. Inversión de activo circulante para la empresa.

COSTOS DE PRODUCCION		
CONCEPTO	PARCIAL	PRESUPUESTO ANUAL
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN		
Flor cecil (pequeña)		\$ 288.00
Flor crisan (Grande)		\$ 345.60
Churo (palo torcido)		\$ 3,600.00
Morete (palo recto)		\$ 3,600.00
Silicona		\$ 576.00
Colorante vegetal		\$ 2,688.00
Sueldos y salarios personal de producción		\$ 4,500.00
Operario	4500	
Beneficios de ley		\$ 501.75
Aporte patronal	501.75	
TOTAL COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN		\$ 16,099.35
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
Servicios Básicos		\$ 312.00
Agua	120	
Energía Eléctrica	120	
Gas	72	
TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		\$ 312.00
TOTAL COSTOS		\$ 16,411.35

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Tabla N.- 11 Gastos de Administración para la empresa.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
CONCEPTO	PARCIAL	PRESUPUESTO ANUAL
Servicios básicos administración		\$ 432.00
Sueldos y salarios personal administrativo		\$ 9,540.00
Gerente propietario	\$ 4,500.00	
Secretaria contadora	\$ 5,040.00	
Beneficios de ley		\$ 1,063.71
Aporte patronal	\$ 1,063.71	
Suministros de oficina		\$ 100.00
Activos menores		\$ 37.00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 11,172.71

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Los gastos de Administración se los determinó tomando en cuenta los salarios del personal que van a trabajar en el área administrativa de la empresa, el sueldo del gerente propietario va hacer de \$375.00 el salario básico unificado, incluido los beneficios de ley los mismos que se multiplicaran por 12 meses, de la misma manera con la secretaria-contadora, los Suministros de oficina que se los valoro por \$100

(papel bond, esferos, lápices, carpetas, etc); Activos menores presupuestados en \$37 dólares.

Tabla N.- 12. Gastos de venta para la empresa.

GASTOS DE VENTA		
CONCEPTO	PARCIAL	PRESUPUESTO ANUAL
Publicidad y promociones		\$ 300.00
Sueldos y salarios personal de ventas		\$ 4,500.00
Pago sueldo vendedor	\$ 375.00	
Beneficios de ley		\$ 501.75
Aporte patronal	\$ 501.75	
TOTAL GASTOS DE VENTA		\$ 5,301.75

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Para los gastos de venta se tomo en cuenta la publicidad (prensa escrita, catálogos, tarjetas, ect) y el salario del vendedor multiplicado por 12 más los beneficios de ley.

Tabla N.- 13. Gastos No Operacionales para la empresa.

GASTOS NO OPERACIONALES		
CONCEPTO	PARCIAL	PRESUPUESTO ANUAL
OTROS GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 823.72
Imprevistos	\$ 823.72	
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 823.72

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Los Gastos No Operacionales se los obtuvo del total de gastos operacionales \$ 16.474,46 por el 5% de imprevistos y tenemos como resultado \$ 823,72.

Tabla N.- 14. Resumen de Capital de trabajo de la empresa.

RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO		
RUBRO	EGRESO	
	ANUAL	MENSUAL
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 16,411.35	\$ 1,367.61
GASTOS OPERACIONALES	\$ 16,474.46	\$ 1,372.87
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 823.72	\$ 68.64
TOTAL	\$ 33,709.53	\$ 2,809.13
CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO PARA DOS MESES		\$ 5,618.26

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

6.4. Recurso de las inversiones

En total de la suma de los activos tangibles, intangibles y capital de trabajo.

En la siguiente tabla se muestra el resumen de inversiones “MAVIFLOR”:

Tabla N.- 15. Resumen de inversiones de la empresa.

RESUMEN DE INVERSIONES	
CONCEPTO	RUBRO
Inversión de activos fijos	\$ 1,063.00
Inversión de activos diferidos e intangibles	\$ 250.00
Inversión en capital de trabajo	\$ 5,618.26
INVERSIÓN TOTAL	\$ 6,931.26

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

6.5. Financiamiento

Es el acto de proporcionar los fondos (dinero o capital) necesarios para la muestra en marcha, desarrollo y gestión de cualquier proyecto o actividad económica. (Morales Castro, 2008, p. 25)

El proyecto solo hará uso de fuentes internas para la ejecución de sus actividades como se presenta a continuación:

Tabla N.- 16. Fuentes y usos de fondos en dólares para la empresa.

FUENTES Y USOS DE FONDOS EN DÓLARES			
INVERSIONES	ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS		
	VALOR TOTAL	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
ACTIVOS FIJOS	\$ 1,063.00	\$ 1,063.00	\$ -
ACTIVOS DIFERIDOS E INTANGIBLES	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ -
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5,618.26	\$ 5,618.26	\$ -
TOTAL INVERSIONES	\$ 6,931.26	\$ 6,931.26	\$ -
PORCENTAJES	100.00%	100.00%	0.00%

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

6.6. Plan de Inversiones

En esta parte de la formulación se deben considerar las cuentas y documentos que determinan el horizonte del proyecto y que permiten definir los orígenes (fuentes) y las aplicaciones (usos). (Prieto Herrera, 2009, p.124).

Tabla N.- 17. Plan de Inversiones de la empresa.

INVERSIONES	VALOR TOTAL	RECURSOS PROPIOS
1. ACTIVO FIJO		100%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 173,00	\$ 173,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 275,00	\$ 275,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 8,00	\$ 8,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 280,00	\$ 280,00
HERRAMIENTAS	\$ 42,00	\$ 42,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 285,00	\$ 285,00
2. ACTIVOS INTANGIBLES		
ELABORACION DEL PROYECTO	\$ 250,00	\$ 250,00
3. CAPITAL DE TRABAJO		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5.618,26	\$ 5.618,26
TOTAL INVERSION	\$ 6.931,26	\$ 6.931,26

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

6.7. Presupuestos de Gastos

Presenta el análisis descriptivo de los gastos presupuestados en el tiempo, de tal forma que facilite el establecimiento de flujo de caja proyectándolo durante la vida útil del proyecto. En la elaboración de los presupuestos se tiene en cuenta la información recolectada en los estudios de mercado, estudio técnico y la organización del proyecto, ya que unos originan los ingresos, otros los gastos e inversiones. Córdoba Padilla, (2011, p. 195).

6.7.1 Determinación de Gastos

El presupuesto de gastos de la empresa “MAVIFLOR” son todos los desembolsos realizados durante todo el año económico, estos costos y gastos son importantes para establecer la rentabilidad del presente proyecto

Tabla N.- 18. Proyección de gastos de la empresa.

PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios básicos administración	\$ 432.00	\$ 445.44	\$ 459.29	\$ 473.57	\$ 488.30
Sueldos y salarios personal administrativo	\$ 9,540.00	\$ 9,836.69	\$ 10,142.62	\$ 10,458.05	\$ 10,783.30
Beneficios de ley	\$ 1,063.71	\$ 1,096.79	\$ 1,130.90	\$ 1,166.07	\$ 1,202.34
Suministros de oficina	\$ 100.00	\$ 103.11	\$ 106.32	\$ 109.62	\$ 113.03
Activos menores	\$ 37.00	\$ 38.15	\$ 39.34	\$ 40.56	\$ 41.82
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 11,172.71	\$ 11,520.18	\$ 11,878.46	\$ 12,247.88	\$ 12,628.79

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Tabla N.- 19. Gastos de venta de la empresa.

GASTOS DE VENTA					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad y promociones	\$ 300.00	\$ 309.33	\$ 318.95	\$ 328.87	\$ 339.10
Sueldos y salarios personal de ventas	\$ 4,500.00	\$ 4,639.95	\$ 4,784.25	\$ 4,933.04	\$ 5,086.46
Beneficios de ley	\$ 501.75	\$ 517.35	\$ 533.44	\$ 550.03	\$ 567.14
TOTAL GASTOS DE VENTA	\$ 5,301.75	\$ 5,466.63	\$ 5,636.65	\$ 5,811.95	\$ 5,992.70

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Tabla N.- 20. Costos de producción de la empresa

COSTOS DE PRODUCCIÓN					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flor cecil (pequeña)	\$ 288.00	\$ 296.96	\$ 306.19	\$ 315.71	\$ 325.53
Flor crisan (Grande)	\$ 345.60	\$ 356.35	\$ 367.43	\$ 378.86	\$ 390.64
Churo (palo torcido)	\$ 3,600.00	\$ 3,711.96	\$ 3,827.40	\$ 3,946.43	\$ 4,069.17
Morete (palo recto)	\$ 3,600.00	\$ 3,711.96	\$ 3,827.40	\$ 3,946.43	\$ 4,069.17
Silicona	\$ 576.00	\$ 593.91	\$ 612.38	\$ 631.43	\$ 651.07
Colorante vegetal	\$ 2,688.00	\$ 2,771.60	\$ 2,857.79	\$ 2,946.67	\$ 3,038.31
Sueldos y salarios personal de producción	\$ 4,500.00	\$ 4,639.95	\$ 4,784.25	\$ 4,933.04	\$ 5,086.46
Beneficios de ley	\$ 501.75	\$ 517.35	\$ 533.44	\$ 550.03	\$ 567.14
Agua	\$ 120.00	\$ 123.73	\$ 127.58	\$ 131.55	\$ 135.64
Energía Eléctrica	\$ 120.00	\$ 123.73	\$ 127.58	\$ 131.55	\$ 135.64
Gas	\$ 72.00	\$ 74.24	\$ 76.55	\$ 78.93	\$ 81.38
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 16,411.35	\$ 16,921.74	\$ 17,448.01	\$ 17,990.64	\$ 18,550.15

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Tabla N.- 21. Gastos no operacionales de la empresa.

GASTOS NO OPERACIONALES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OTROS GASTOS NO OPERACIONALES					
Imprevistos	\$ 823.72	\$ 849.34	\$ 875.76	\$ 902.99	\$ 931.07
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 823.72	\$ 849.34	\$ 875.76	\$ 902.99	\$ 931.07

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Tabla N.- 22. Total Egresos o Gastos de la empresa.

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos Administrativos	\$ 11,172.71	\$ 11,520.18	\$ 11,878.46	\$ 12,247.88	\$ 12,628.79
Gastos de Venta	\$ 5,301.75	\$ 5,466.63	\$ 5,636.65	\$ 5,811.95	\$ 5,992.70
Costos de Producción	\$ 16,411.35	\$ 16,921.74	\$ 17,448.01	\$ 17,990.64	\$ 18,550.15
Depreciaciones	\$ 138.93	\$ 138.93	\$ 138.93	\$ 147.91	\$ 147.91
Amortizaciones	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
GASTOS NO OPERACIONALES					
Otros Gastos no Operacionales	\$ 823.72	\$ 849.34	\$ 875.76	\$ 902.99	\$ 931.07
EGRESO FIJO TOTAL	\$ 33,898.47	\$ 34,946.83	\$ 36,027.80	\$ 37,151.37	\$ 38,300.63

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Tablas 6, 9, 10, 11, 12, 13

El cálculo del total de Egresos de la empresa se los realizó tomando en cuenta los totales de las tablas 6, 9, 10, 11, 12, 13 y aumentándole un 3.11% de inflación país para proyectar a cada año durante los 5 años siguientes.

6.7.2 Situación financiera actual

Es el estado financiero que resume la información contable de la empresa para dar a conocer la situación financiera en una fecha determinada. (Rincón Soto, 2011, p.241).

En el presente estado contable se indica la situación financiera actual de la empresa.

Tabla N.- 23. Situación financiera actual de la empresa.

ACTIVOS			
CORRIENTE			\$ 5,618.26
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 5,618.26	
NO CORRIENTE			\$ 1,313.00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 1,063.00	
Muebles y enseres	\$ 173.00		
Muebles de oficina	\$ 275.00		
Equipode computo	\$ 280.00		
Equipo de oficina	\$ 8.00		
Herramientas	\$ 42.00		
Maquinaria y equipo	\$ 285.00		
DIFERIDOS E INTANGIBLES		\$ 250.00	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 150.00		
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00		
TOTAL ACTIVOS			\$ 6,931.26
PASIVO			\$ 0.00
CORRIENTE		\$ -	
-	\$ -		
NO CORRIENTE		\$ 0.00	
Préstamo bancario Largo plazo	\$ -		
PATRIMONIO			\$ 6,931.26
Capital Social		\$ 6,931.26	
Fondos de Operación	\$ 6,931.26		
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			\$ 6,931.26

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Tablas 5, 9, 10, 13, 14

Para realizar el cálculo de la Situación financiera actual de la empresa se utilizaron las tablas 5, 9, 10, 13 y 14; no contamos con préstamo alguno ya que el capital a invertirse va hacer completamente aporte personal del gerente propietario.

6.7.3 Situación financiera proyectada

Presentan de manera parcial o total situaciones de hechos por acontecer. En este caso se formula el pronóstico con la finalidad de conocer las utilidades que se esperan en ese periodo, así como para estar en posibilidad de realizar los cálculos financieros de evaluación. (Morales & Morales, 2009, p. 175).

En la situación financiera proyectada de la empresa “MAVIFLOR” se ha considerado los bienes a favor de la empresa, el patrimonio y valores que irán cambiando con el lapso de los años.

Tabla N.- 24. Situación financiera proyectada de la empresa.

ACTIVOS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
CORRIENTE		\$ 10,982.21		\$ 17,159.97		\$ 24,207.59		\$ 32,184.29		\$ 41,152.68
BANCOS	\$ 10,982.21		\$ 17,159.97		\$ 24,207.59		\$ 32,184.29		\$ 41,152.68	
NO CORRIENTE		\$ 1,174.07		\$ 1,035.14		\$ 896.21		\$ 748.30		\$ 600.39
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 934.07		\$ 785.14		\$ 646.21		\$ 498.30		\$ 350.39	
Muebles y enseres	\$ 173.00		\$ 173.00		\$ 173.00		\$ 173.00		\$ 173.00	
Muebles de oficina	\$ 275.00		\$ 275.00		\$ 275.00		\$ 275.00		\$ 275.00	
Equipo de computo	\$ 260.00		\$ 260.00		\$ 260.00		\$ 260.00		\$ 260.00	
Equipo de oficina	\$ 8.00		\$ 8.00		\$ 8.00		\$ 8.00		\$ 8.00	
Herramientas	\$ 42.00		\$ 42.00		\$ 42.00		\$ 42.00		\$ 42.00	
Maquinaria y equipo	\$ 285.00		\$ 285.00		\$ 285.00		\$ 285.00		\$ 285.00	
(DEPRECIACION ACUMULADA)	\$ (138.93)		\$ (277.86)		\$ (416.79)		\$ (664.70)		\$ (1265)	
DIFERIDOS INTANGIBLES	\$ 250.00		\$ 250.00		\$ 250.00		\$ 250.00		\$ 250.00	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 150.00		\$ 150.00		\$ 150.00		\$ 150.00		\$ 150.00	
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ 100.00		\$ 100.00		\$ 100.00		\$ 100.00		\$ 100.00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 12,156.28		\$ 18,195.11		\$ 25,103.80		\$ 32,932.59		\$ 41,753.07
PASIVO		\$ 0.00		\$ 0.00		\$ 0.00		\$ 0.00		\$ 0.00
CORRIENTE		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
-	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	
NO CORRIENTE		\$ 0.00		\$ 0.00		\$ 0.00		\$ 0.00		\$ 0.00
Préstamo bancario largo plazo	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	
PATRIMONIO		\$ 12,156.28		\$ 18,195.11		\$ 25,103.80		\$ 32,932.59		\$ 41,753.07
Capital Social	\$ 6,931.26		\$ 6,931.26		\$ 6,931.26		\$ 6,931.26		\$ 6,931.26	
Fondos de Operación	\$ 6,931.26		\$ 6,931.26		\$ 6,931.26		\$ 6,931.26		\$ 6,931.26	
Utilidad	\$ 5,225.02		\$ 11,263.86		\$ 18,172.54		\$ 26,001.33		\$ 34,821.82	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 12,156.28		\$ 18,195.11		\$ 25,103.80		\$ 32,932.59		\$ 41,753.07

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Para la elaboración del estado de situación financiera inicial se considera los rubros en que anteriormente se procedió con su respectivo cálculo, siendo la suma del capital del trabajo (activo corriente) más el activo no corriente (detallado en la tabla de inversión inicial) más el activo diferido e intangible, es el total del ACTIVO; de igual manera la suma del pasivo más patrimonio cuadra la ecuación contable del estado de situación financiera inicial.

Para los estados proyectados se parte del estado de situación financiera inicial y se procede a tomar en cuenta las utilidades de cada año cuyos resultados son obtenidos del estado de pérdidas y ganancias, así como también los rubros correspondientes a las depreciaciones.

6.7.4. Presupuesto de ingresos

En el estado financiero que cuantifica el importe de los recursos monetarios que se reciben en razón de las operaciones. Para elaborarlo se utiliza el estudio de mercado y el estudio técnico, que sirve de base para realizar las estimaciones sobre las ventas que se considera que es posible realizar durante el periodo de duración del proyecto. (Morales & Morales, 2009, p. 162).

El presupuesto de ingresos de la empresa “MAVIFLOR” presentan las entradas de efectivo que va a tener en un periodo determinado.

Tabla N.- 25. Presupuesto de ingresos de la empresa.

AÑO 1				
INGRESOS DE VENTAS				
PRODUCTOS	SKU	P-V.P	UNIDADES A COMERCIALIZAR POR AÑO	INGRESOS
Flor pequeña	DOCENA	\$ 1.37	1,440	\$ 1,978.15
Flor Grande	DOCENA	\$ 1.37	1,440	\$ 1,978.15
Palo torcido	PAQUETE 30U	\$ 1.47	12,000	\$ 17,583.59
Palo recto	PAQUETE 30U	\$ 1.47	12,000	\$ 17,583.59
TOTAL INGRESOS				\$ 39,123.49
AÑO 2				
INGRESOS DE VENTAS				
PRODUCTOS	CONTENIDO	P-V.P	UNIDADES A COMERCIALIZAR POR AÑO	INGRESOS
Flor pequeña	DOCENA	\$ 1.42	1,463	2072.31
Flor Grande	DOCENA	\$ 1.42	1,463	2072.31
Palo torcido	PAQUETE 30U	\$ 1.51	12,192	18420.53
Palo recto	PAQUETE 30U	\$ 1.51	12,192	18420.53
TOTAL INGRESOS				40985.67
AÑO 3				
INGRESOS DE VENTAS				
PRODUCTOS	CONTENIDO	P-V.P	UNIDADES A COMERCIALIZAR POR AÑO	INGRESOS
Flor pequeña	DOCENA	\$ 1.46	1,486	2170.95
Flor Grande	DOCENA	\$ 1.46	1,486	2170.95
Palo torcido	PAQUETE 30U	\$ 1.56	12,387	19297.30
Palo recto	PAQUETE 30U	\$ 1.56	12,387	19297.30
TOTAL INGRESOS				42936.49
AÑO 4				
INGRESOS DE VENTAS				
PRODUCTOS	CONTENIDO	P-V.P	UNIDADES A COMERCIALIZAR POR AÑO	INGRESOS
Flor pequeña	DOCENA	\$ 1.51	1,510	2274.28
Flor Grande	DOCENA	\$ 1.51	1,510	2274.28
Palo torcido	PAQUETE 30U	\$ 1.61	12,585	20215.80
Palo recto	PAQUETE 30U	\$ 1.61	12,585	20215.80
TOTAL INGRESOS				44980.16
AÑO 5				
INGRESOS DE VENTAS				
PRODUCTOS	CONTENIDO	P-V.P	UNIDADES A COMERCIALIZAR POR AÑO	INGRESOS
Flor pequeña	DOCENA	\$ 1.55	1,534	2382.53
Flor Grande	DOCENA	\$ 1.55	1,534	2382.53
Palo torcido	PAQUETE 30U	\$ 1.66	12,787	21178.03
Palo recto	PAQUETE 30U	\$ 1.66	12,787	21178.03
TOTAL INGRESOS				47121.11

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

El cálculo para la tabla de Presupuesto de ingresos de la empresa lo realizamos tomando en cuenta el precio de venta del primer año y le aumentamos el 1.37% de inflación del sector (se tomo en cuenta el sector florícola). Para las unidades de comercialización por año de igual manera tomamos como base el primer año y le aumentamos el 0.016 de Tasa de crecimiento poblacional por cada año proyectado que son 5.

Tabla N.- 26. Resumen Ingresos.

AÑO	INGRESOS
1	\$ 39,123.49
2	\$ 40,985.67
3	\$ 42,936.49
4	\$ 44,980.16
5	\$ 47,121.11

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

6.7.5. Estado de resultados proyectados

La finalidad del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de las operaciones de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en los que incurra la planta y los impuestos que debe pagar. (Baca Urbina, 2013, p. 150).

Con el estado de resultados se pretende conocer la utilidad que generará la empresa “MAVIFLOR” en un periodo determinado.

Tabla N.- 27. Estado de Resultados proyectado de la empresa.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 39,123.49	\$ 40,985.67	\$ 42,936.49	\$ 44,980.16	\$ 47,121.11
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 16,411.35	\$ 16,921.74	\$ 17,448.01	\$ 17,990.64	\$ 18,550.15
(=) RESULTADO BRUTO EN VENTAS	\$ 22,712.14	\$ 24,063.93	\$ 25,488.48	\$ 26,989.52	\$ 28,570.96
(-) GASTOS OPERACIONALES					
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 11,172.71	\$ 11,520.18	\$ 11,878.46	\$ 12,247.88	\$ 12,628.79
(-) GASTOS DE VENTA	\$ 5,301.75	\$ 5,466.63	\$ 5,636.65	\$ 5,811.95	\$ 5,992.70
(-) DEPRECIACIONES	\$ 138.93	\$ 138.93	\$ 138.93	\$ 147.91	\$ 147.91
(-) AMORTIZACIONES	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
(=) RESULTADO OPERACIONAL	\$ 6,048.74	\$ 6,888.18	\$ 7,784.44	\$ 8,731.78	\$ 9,751.56
(-) GASTOS NO OPERACIONALES					
(-) GASTOS FINANCIEROS					
(-) OTROS GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 823.72	\$ 849.34	\$ 875.76	\$ 902.99	\$ 931.07
(=) RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$ 5,225.02	\$ 6,038.84	\$ 6,908.69	\$ 7,828.79	\$ 8,820.48
(-) 15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	\$ 5,225.02	\$ 6,038.84	\$ 6,908.69	\$ 7,828.79	\$ 8,820.48
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) RESULTADO ANTES DE RESERVAS	\$ 5,225.02	\$ 6,038.84	\$ 6,908.69	\$ 7,828.79	\$ 8,820.48
(-) 5% RESERVA LEGAL					
(=) RESULTADO NETO EN EL EJERCICIO	\$ 5,225.02	\$ 6,038.84	\$ 6,908.69	\$ 7,828.79	\$ 8,820.48

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Tablas 6, 9, 18, 19, 20, 21

La tabla del Estado de Resultados proyectados de la empresa la obtuvimos con valores de la tabla 18, 19, 20, 21; las tablas 6 y 9 las proyectamos con el 3.11% de

inflación. No se paga utilidades, fondo de reserva tampoco impuestos por ser una empresa artesanal.

6.7.6. Flujo de caja

Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que, como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero. (Córdoba Padilla, 2011, p. 210).

Se presenta a continuación el flujo de caja el cual refleja el movimiento real de efectivo de la empresa “MAVIFLOR” y que sirvió para el registro para la situación financiera.

Tabla N.- 28. Flujo de caja de la empresa.

FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(=) RESULTADO NETO DEL EJERCICIO		\$ 5,225.02	\$ 6,038.84	\$ 6,908.69	\$ 7,828.79	\$ 8,820.48
(+) DEPRECIACIÓN		\$ 138.93	\$ 138.93	\$ 138.93	\$ 147.91	\$ 147.91
(+) AMORTIZACIÓN		\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
(-) Inversión en Propiedad Planta y Equipo (activos fijos)	\$ 1,063.00					
(-) Inversión diferidos e intangibles	\$ 250.00					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5,618.26					
(+) RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO						\$ 5,618.26
(+) VALOR RESIDUAL						\$ 330.31
(=) FLUJO DE FONDOS NETOS	\$ (6,931.26)	\$ 5,413.95	\$ 6,227.77	\$ 7,097.62	\$ 8,026.70	\$ 14,966.97

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: 5, 6, 8, 14, 27

Los cálculos que se realizaron para la tabla de Flujo de caja lo realizamos con las tablas 5, 6, 8, 14 y 27.

6.8. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de ventas en los cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por tanto, no se genera ni utilidad ni perdida en la operación. (Meza Orozco, 2013, p. 123).

En el punto de equilibrio intervienen costos fijos, costos variables, los costos totales e ingresos totales.

Tabla N.- 29. Punto de equilibrio de la empresa.

PRODUCTO	CONTENIDO	CANTIDAD COMERCIALIZADA POR AÑO EN UNIDADES	PORCENTAJE DE COMERCIALIZACIÓN ANUAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO	Precio Ponderado (4x5)	COSTO VARIABLE UNITARIO	Costo Variable Ponderado (4x7)
Flor pequeña	DOCENA	1440	5.36%	1.37	0.07	0.61	0.03
Flor Grande	DOCENA	1440	5.36%	1.37	0.07	0.61	0.03
Palo torcido	PAQUETE 30U	12000	44.64%	1.47	0.65	0.61	0.27
Palo recto	PAQUETE 30U	12000	44.64%	1.47	0.65	0.61	0.27
TOTAL		26,880.00	100%		\$ 1.46		\$ 0.61

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES			
		COSTO FIJO	
PE	=	$\frac{\text{PRECIO PONDERADO}}{1.46}$	$-\frac{\text{COSTO VARIABLE UNITARIO PONDERADO}}{0.61}$
PE	=	$\frac{17,487.12}{1.46}$	$-\frac{17487.12}{0.61}$
PE	=		0.84
PE	=	20,696.15	
PE	=	20,696.15 UNIDADES	

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES			
		COSTO FIJO	
PE	=	$\frac{1}{1}$	$-\frac{\text{COSTO VARIABLE UNITARIO PONDERADO}}{0.61}$
PE	=	$\frac{17487.12}{1}$	$-\frac{17487.12}{1.46}$
PE	=		0.419475655
PE	=	30122.97	
PE	=	\$ 30,122.97	

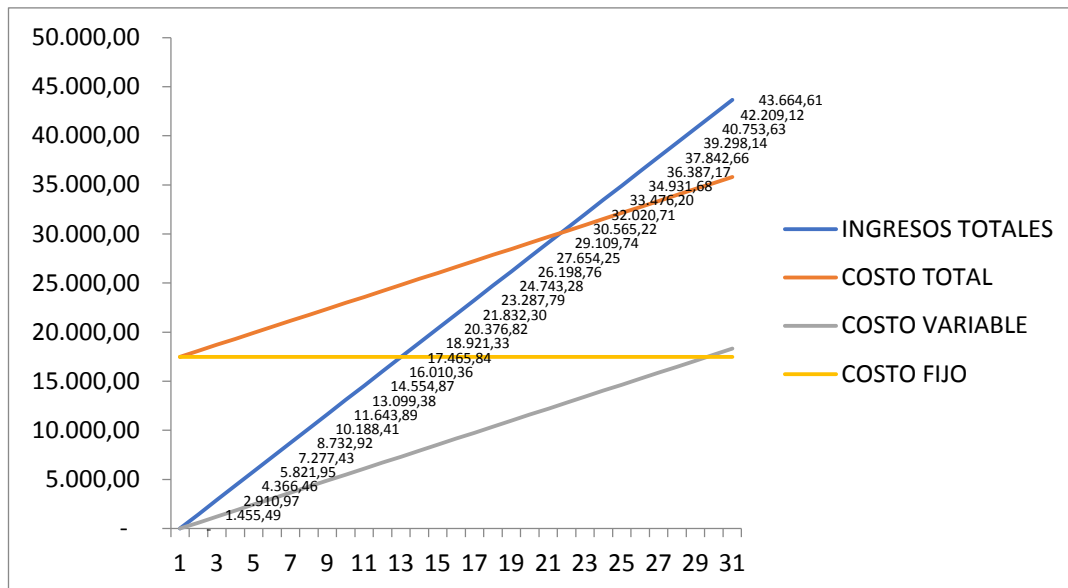


Gráfico N.- 14. Punto de equilibrio de la empresa
Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Esto nos indica que para cubrir los costos se debe llegar a un nivel de ventas de \$ 30.122,97 o realizar las ventas de 20.6699, 15 unidades en el primer año a este punto la empresa no gana ni pierde.

6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

La tasa de descuento es el precio que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión de un proyecto. (Sapag, 2000). La tasa de descuento también la podemos definir como el coste de oportunidad en que se incurre al tomar la decisión de invertir en el proyecto en lugar de hacerlo en otras alternativas que nos pueda ofrecer el mercado financiero. Esto último nos indica que la inversión, cualquiera que sea la forma de financiarla tiene un costo. (Meza Orozco 2013, p.134).

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) es un valor independiente de cada persona o empresa en cada proyecto de inversión y debe ser fijada por la entidad o persona que van a realizar la inversión, para ello se toma como referencia al Sector inversión, la tasa pasiva y premio a riesgo como se lo presenta a continuación:

Tabla N.- 30. Sector Inversión.

Año	Inflacion acumulada a nivel SECTOR
2012	4.16%
2013	2.70%
2014	3.67%
2015	3.38%
2016	1.12%
PROMEDIO	3.01%

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Banco central del Ecuador (2015)

Tabla N.- 31. Tasa Pasiva.

Año	Tasa Pasiva
1	5.09%
2	5.24%
3	4.28%
4	5.54%
5	6.01%
PROMEDIO	5.23%

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Tabla N.- 32. Premio al Riesgo.

Crterios	Premio al riesgo
InflaciónSector > Inflación País (Más del 1%)	5%
InflaciónSector = Inflación País	3%
InflaciónSector < Inflación País (Menos del 1%)	1%

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

TMAR Capital Propio= Inflación del Sector + Tasa pasiva + Premio al Riesgo

FINANCIADO POR	APORTACIÓN	TMAR
Capital Propio	100.00%	8.23%
CAPITAL PROPIO	100.00%	8.23%
TMAR GLOBAL		

Tabla N.- 33. TMAR.

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

El 8.23% es el porcentaje mínimo que debe rendir el proyecto

6.10. Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

Es el valor monetario que resulta de resaltar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Baca Urbina, (2013, p. 208)

Tabla N.- 34. VAN (Valor Actual Neto) de la empresa.

TMAR	8.23%					
AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETOS DE FONDOS EN DOLARES	-6,931.26	5,413.95	6,227.77	7,097.62	8,026.70	14,966.97
VALOR ACTUAL NETO	=VNA(B1;(C3:G3))+B3					
VALOR ACTUAL NETO	\$ 24,912.53					

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+k)^1} + \frac{Q2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+k)^n}$$

Elaborado: Mayra Viteri

Fuente: yirepa.es/ejemplo-van-desarrollo-formula.html

$$VAN = -6931.26 + \frac{5413.95}{(1+0.0823)^1} + \frac{6227.77}{(1+0.0823)^2} + \frac{7097.62}{(1+0.0823)^3} + \frac{8026.70}{(1+0.0823)^4} + \frac{14966.97}{(1+0.0823)^5}$$

$$VAN = 24,912.53$$

El resultado que arroja el estudio nos indica que una vez descontada la TMAR el proyecto genera \$24.912,53 adicionales, en otras palabras una vez que se recupere lo mínimo esperado para invertir en este proyecto 8.23% que es valor del TMAR va a rendir \$ 59.829,99; por lo tanto es aceptable la inversión.

6.11. Indicadores financieros

Los Indicadores Financieros medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, comparativamente con la competencia o con el líder del mercado. (Enciclopedia Financiera, 2010).

Índice de capital propio

Nos permite medir el porcentaje del total de activos que corresponde al capital propio de la empresa:

$$\text{Indice de Capital propio} = \frac{\text{patrimonio}}{\text{activo contable}}$$

$$\text{Indice de Capital propio} = \frac{6931.26}{6931.26}$$

$$\text{Indice de capital propio} = 1 \quad \text{es decir } 100\%$$

Este índice nos permite concluir que el 100% de los activos de la empresa pertenecen al capital propio de la organización.

Índice de pasivo y capital

Es el porcentaje de las deudas con respecto al patrimonio de la empresa. (Infante, 2008)

$$\text{Pasivo a capital} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Capital contable}}$$

$$\text{Pasivo a capital} = \frac{0}{6931.26}$$

$$\text{Pasivo a capital} = 0 \quad \text{es decir } 0\%$$

Nos indica que al tener el 100% de la inversión proveniente de los fondos del inversionista, deduce que las deudas representan el 0% del patrimonio de la empresa.

Índice de activo fijo y patrimonio

Evalúa el porcentaje de las inversiones en bienes de capital con relación al patrimonio. (Baca Urbina, 2013)

$$\text{Activo fijo a Patrimonio} = \frac{\text{Activo fijo neto}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Activo fijo a patrimonio} = \frac{1063}{6931.26}$$

$$\text{Activo fijo a patrimonio} = 0.1533 \text{ es decir } 15.33\%$$

El resultado obtenido nos permite evidenciar 15.33% del patrimonio se encuentra en activos fijos.

Rotación de la inversión

Indica el número de veces que la inversión ha girado en las ventas durante el año. (Infante, 2008)

$$\text{Rotacion de la inversión} = \frac{\text{Ventas anuales}}{\text{Activos totales}}$$

$$\text{Rotacion de la inversión} = \frac{39,123.49}{6931.26}$$

$$\text{Rotacion de la inversion} = 5.64$$

El dato obtenido como resultado es de 5.64 es decir que la inversión ha girado ese número de veces

Rotación del capital de trabajo

Indica el número de veces que el capital de trabajo ha girado en las ventas. (Baca Urbina, 2013)

$$\text{Rotacion del capital de trabajo} = \frac{\text{Ventas anuales}}{\text{Capital de trabajo}}$$

$$\text{Rotacion del capital de trabajo} = \frac{39,123.49}{5618.26}$$

$$\text{Rotacion del capital de trabajo} = 6.96$$

El capital de trabajo hace referencia al activo corriente, en este caso, el activo corriente ha girado 6.96 en las ventas

Rotación del activo fijo

Deduce el número de veces que el activo fijo neto ha girado en las ventas. (Burbano, 2007)

$$\text{Rotacion del activo fijo} = \frac{\text{Ventas anuales}}{\text{Activo fijo neto}}$$

$$\text{Rotacion del activo fijo} = \frac{39,123.49}{1063}$$

$$\text{Rotacion del activo fijo} = 36.8$$

El activo fijo neto ha girado 36.8 veces en las ventas en el año.

6.12. Tasa beneficio – costo

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio

en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria. (Burbano, 2007).

Tabla N.- 35. Tasa beneficio – costo de la empresa

AÑOS	INGRESOS	COSTOS	Coeficiente de actualización $(1+i)^n$	Beneficio Actualizado (ingresos / coeficiente)	Costo Actualizado (egresos / coeficiente)
			$i = \text{TMAR} = 8.23\%$		
0		6,931.26	1.0000000000000000	0.00	6,931.26
1	39,123.49	\$ 33,898.47	1.0823000000000000	36,148.47	31,320.77
2	40,985.67	\$ 34,946.83	1.1713732900000000	34,989.42	29,834.07
3	42,936.49	\$ 36,027.80	1.2677773117670000	33,867.53	28,418.09
4	44,980.16	\$ 37,151.37	1.372115384525420	32,781.62	27,075.98
5	47,121.11	\$ 38,300.63	1.485040480671870	31,730.52	25,790.96
				169,517.56	149,371.13

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

$$RB/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{\text{Ingresos Totales}}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{\text{Egresos Totales}}{(1+i)^t}}$$

Tabla N.- 36. Relación costo – beneficio de la empresa

Relación Costo Beneficio \$ 1.13

Análisis: En este caso \$ 1.13 representa, que por cada dólar que se invierta en el proyecto en mismo generará \$ 1.13 lo que nos indicaría que una vez recuperado el dólar de inversión quedaría 0.13 centavos como beneficio.

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

6.13. Periodo 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. (Vaquiro, 2010; Córdoba Padilla, 2011).

Tabla N.- 37. Periodo de recuperación de la inversión

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
INVERSIÓN INICIAL	\$	6,931.26
Año	Flujo de Fondos	Flujo de Fondos Acumulado
1	\$ 5,413.95	\$ 5,413.95
2	\$ 6,227.77	\$ 11,641.72
3	\$ 7,097.62	\$ 18,739.34
4	\$ 8,026.70	\$ 26,766.05
5	\$ 14,966.97	\$ 41,733.02
CÁLCULO DEL PRI		
APLICACIÓN DE LA FÓRMULA		
$PRI =$	$\frac{II - FAMI}{FAS} + AT$	
$PRI =$	$\frac{\$ 1,517.30}{11,641.72} + 1$	
$PRI =$	1.130333124	
DETERMINEMOS CUÁNTO REPRESENTA ESTO EN AÑOS, MESES Y DÍAS		
Años TRANSCURRIDOS: un año		
año 1 Año = 1		
meses TRANSCURRIDOS: un mes		
Meses = 1.56 Meses = 1.56		
DÍAS TRANSCURRIDOS: 17 DÍAS		
Días = 17 Días = 17		
PRI = 1 año 1 mes 17 días		

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

6.14. Tasa interna de retorno

El TIR es la tasa que garantiza que la inversión se recupera a través del tiempo. Es un índice que mide la rentabilidad de un proyecto de inversión. García Montoya, (2011, p. 116).

Tabla N.- 38. Tasa Interna de Retorno

TMAR	8.23%					
AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETOS DE FONDOS EN DOLARES	-6,931.26	5,413.95	6,227.77	7,097.62	8,026.70	14,966.97
VALOR ACTUAL NETO	=TIR(B3:G3)					
VALOR ACTUAL NETO	88.72%					

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

La TIR del 88,72%, comparada con el TMAR del 8.23% es mayor, lo que implica que el proyecto es aceptable porque va a rendir un 80,49%; mucho más que lo mínimo de lo que se esperaba el mismo.

6.15. Análisis de sensibilidad

Se denomina análisis de sensibilidad (AS) al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (cuan sensible es) la *TIR* ante los cambios en determinadas variables del proyecto. (Baca Urbina, 2013, p. 219).

Es necesario realizar un análisis de sensibilidad, para conocer si afectara la rentabilidad del proyecto, por eso lo realizamos con dos escenarios el optimista y el pesimista.

Tabla N.- 39 Análisis de sensibilidad.

DETALLE		RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES				
ESCENARIOS	CONCEPTO	VARIACION PORCENTUAL	VAN	TIR	PRI	RB/C
<i>Propuesta actual</i>			\$ 24,912.53	88.72%	1 año , 1 mes, 17 días	\$ 1.13
<i>A : OPTIMISTA</i>	INCREMENTOS DE LOS INGRESOS OPERACIONALES	Se considera un escenario optimista con el incremento del 10% de los ingresos, teniendo como vision que las nuevas politicas publicas del gobierno actual sean favorables para el sector privado. Dinamizando el crecimiento economico y promoviendo así el consumo en el mercado nacional	\$ 48,863.37	144%	10 meses, 13 días	\$ 1.25
<i>B: Pesimista</i>	DISMINUCION DE INGRESOS OPERACIONALES	Se toma como un escenario pesimista a la contra parte del escenario optimista alegando que las ventas tendran un reduccion del 10%, por la presencia de productos sustitutos importados desde China	\$ 7,961.70	34%	2 año , 5 meses , 26 días	\$ 1.02

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Investigación propia

Podemos observar que a pesar del escenario pesimista el proyecto es rentable ya que el VAN es de \$39.387,41, el TIR es de 88.72% que sigue siendo alta incluso que la Tasa Pasiva; el periodo de recuperación de inversión (PRI) sigue siendo aceptable y el Costo – Beneficio todavía nos da ganancia.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- El proyecto es factible porque existe aceptación del producto en el mercado aprovechando que se trata de un producto artesanal y ecológico a su vez podemos entrar a participar en el mercado proporcionando el valor agregado que es la protección del ecosistema y la naturaleza.
- La empresa “MAVIFLOR” demanda la utilización de una excelente materia prima y herramientas adecuadas para obtener un producto de calidad y la satisfacción de los clientes.
- La empresa para mitigar el impacto ambiental realizará la recolección de la materia prima en varios sectores de la ciudad sin afectar o dañar la naturaleza ni su entorno.
- El estudio financiero estableció aspectos importantes como los estados financieros, presupuestos y capital de trabajo, lo que indicó un comportamiento positivo dado por elementos financieros como el VAN que nos da un valor positivo de \$39.387,41, la TIR de 88.72% que es un valor alto para el proyecto, el tiempo que se necesitará para recuperar la inversión es de 1 año, 1 mes y 17 días, el Costo - Beneficio es de \$ 0.37 después de recuperar el dólar invertido y el análisis de sensibilidad indica que la ejecución del proyecto es viable.

7.2. Recomendaciones

- Ejecutar el proyecto en razón de que se comprobó su factibilidad a través del estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.
- Dar un correcto uso a las herramientas y equipos para extender la vida útil de los mismos y así no generar números negativos por su adquisición nuevamente.
- Dotar a la empresa de una buena materia prima, equipos, herramientas y personal calificado para poder brindar un excelente producto que cumplan con las expectativas de los clientes.
- Se debe capacitar al personal administrativo con cursos de relaciones humanas, atención al cliente y al personal de producción con talleres que realiza la JNDA.

8. Referencias bibliográficas.

Bibliografía

(s.f.).

Alcaide, J. S. (2013). *Marketing y Pymes. (Primera ed.)*. Madrid.

Amazónica, I. A. (2014). *Investigamos, producimos y comercializamos cosméticos naturales basados en la riqueza amazónica*. Obtenido de ikiam.com.ec/productos/ungurahua

Ambiente, M. d. (Febrero de 2012). *Calidad Ambiental*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/calidad-ambiental/>

Ambiente, M. d. (2013). *Programa Socio Bosque*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/programa-socio-bosque/www.ambiente.gob.ec>

Ambiente, M. d. (2015). *Huella Ecológica*. Obtenido de <http://huella-ecologica.ambiente.gob.ec/>

Ambientes, M. d. (Febrero de 2012). *Calidad Ambiental*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/calidad-ambiental/>

Araujo Arévalo, D. (2012). *Análisis Formulación y Evaluación Práctica*. México: Trillas.

Artesano, J. N. (2013). Informe de la Administración de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. *Gestión Artesanal*, 28,41.

Artesano, J. N. (2015). *Formularios de Registro de Artesanos*. Obtenido de <http://registro.artesanos.gob.ec/registro/2>

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos. (Séptima ed.)*. México: Mc GRAW HILL.

Bazurto, K. (2015). *Destrucción de los bosques*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Bryant, D. (2007). *Las últimas fronteras forestales*. New York: Instituto de Recursos Mundiales.

Burbano, J. (2007). *Presupuestos*. Santa Fé- Bogotá: Mc Graw Hill.

Campo, R. D. (2014). *Gestión de Proyectos. (Primera ed.)*. Colombia: Ediciones de la U.

Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulació y Evaluación de Proyectos. (Segunda ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Desarrollo, S. N. (2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://documentos.semplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf> .

Editorial. (17 de Agosto de 2012). La contaminación incide en la agricultura de Tungurahua. *El comercio*, pág. 7.

Escárcega, R. D. (2009). *Desarrollo sustentable oportunidad para la vida*. México: Mc Graw Hill.

- Foamyblog. (27 de Junio de 2014). *El Foamy*. Obtenido de <https://foamyblog.wordpress.com/2014/06/27/el-foamy/>
- FONCREI, F. (2000). *Manual para la Formación y Elaboración de Proyectos. (Tercera ed.)*. México: Gerencia de Operaciones, FONCREI.
- Galindo Ruiz, C. (2013). *Formulación y Evaluación de Planes de Negocios*. Ediciones de la U.
- García Montoya, D. (2011). *Ingeniería Económica Práctica. (Primera ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Geenpeace. (Octubre de 2004). *El papel. Cómo reducir el consumo y optimizar*. Obtenido de <http://www.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/other/el-papel.pdf>
- Geographic, N. (05 de Septiembre de 2010). *Deforestación*. Obtenido de <http://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/deforestacion>
- Gerry, J. (2010). *Fundamentos de Estrategias*. España: Pearson Education S.A.
- Gochéz, J. M. (23 de Oct de 2010). *Mi Marketing Blog*. Obtenido de <https://josemgochez.wordpress.com/tag/diseño-de-productos-sociales/>
- Google. (2016). *Gloogle Map*. Obtenido de <https://maps.google.com.ec>
- Guioteca. (28 de Mayo de 2014). *¿Qué es la Artesanía? ¿A quien llamar artesanos?: Las respuestas para no confundirnos*. Obtenido de <https://www.guioteca.com/manualidades-y-artesania/que-es-la-artesania-a-quien-llamar-artesanos-las-respuestas-para-no-confundirnos/>
- Hemisferios, I. U. (2007). *Marketing Estratégico y su aplicación en las Pymes*. Obtenido de Perspectiva: <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-septiembre-2007/711-marketing-estrategico-y-su-aplicacion-en-las-pymes-parte-i>.
- humano, T. i. (19 de Agosto de 2014). *Tungurahua ecológico*. Obtenido de <http://tungurahuaimpactohumano.blogdiario.com/categoria/amenaza/>
- Infante, A. (2008). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión (3ra edición)*. Barcelona: Norma.
- Javeriano, C. d. (29 de Marzo de 2016). *Normas APA. (Sexta ed.)*. Obtenido de <http://www.uees.edu.sv/editoria/lpublicaciones/Norma%20APA%Sexta%20Edici%C3%B3n.pdf>
- Jimdo. (23 de Mayo de 2017). *Consecuencias del impacto ambiental*. Obtenido de <https://ecolocos.jimdo.com/impacto-ambiental/consecuencia-del-impacto-ambiental/>
- Kloter, P. &. (2008). *Peincipios de Marketing. (Doceava ed.)*. España: Pearson Prentice Hall.
- Kloter, P, A. G. (2011). *Introducción al Marketing. (Tercera ed.)*. España: Pearson Educación S.A.
- Krause, M. (08 de Octubre de 2012). *Problemas ambientales en América Latina*. Obtenido de <https://puntodevistaeconomico.wordpress.com/2012/10/08/problemas-ambientales-en-america-latina/>

- Lanzara, P. &. (2010). *Guía de árboles*. Italia: Grijalbo.
- Lara, B. (2014). *Como elaborar Proyectos de Inversión. (Tercera ed.)*. Quito: Oseas Espín.
- Lima Suárez, S. (2011). *Marketing Empresarial. (Primera ed.)*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Meza Orozco, J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos. (Tercera ed.)*. Bogotá: Eco Ediciones.
- Morales Castro, A. (2008). *El Lenguaje de los Financieros*. México: Grupo Editorial Patria.
- Morales Chávez, L. A. (2013). *Estudio de nivel de conocimiento de los deberes formales y su Incidencia en la gestión Tributaria de los artesanos del Cantón Milagro. (Tesis pregrado)*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro.
- Morales, A. &. (2009). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación (Primera ed.)*. México: Mc GRAW HILL.
- Munch Galindo, L. (2012). *Fundamentos de Marketing. (Segunda ed.)*. México: Trillas.
- Muñoz, L. (2014). *Daños ambientales*. Guayaquil: AGN.
- Negocios, E. (2011). *PYMES: Contribución en la clave la Economía*. Obtenido de Unidad de Análisis Económico e Investigación Ekos Negocios: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/523.pdf>.
- Porter, M. (s.f.).
- Porter, M. (1999). *Los Clúster y la Competencia*. Obtenido de catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mcap/soriano_m_ma/capitulo2.pdf
- Portillo, G. (28 de Diciembre de 2016). *¿Qué es y cómo funciona el efecto invernadero?* Obtenido de Metereología en Red: <https://www.meteorologiaenred.com/efecto-invernadero.html>
- Prieto Herrera, J. (2009). *Proyectos Enfoque Gerencial. (Tercera ed.)*. Ecoe ediciones.
- Prieto Herrera, J. E. (2016). *Proyectos Enfoque Gerencial. (Cuarta ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Productividad, M. d. (2013). *Artesanos contribuyen al desarrollo económico y preservan el patrimonio cultural*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/artesanos-contribuyen-al-desarrollo-economico-y-preservan-el-patrimonio-cultural/>
- Rincón Soto, C. A. (2011). *Presupuesto Empresarial (Primera ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Saéz, J. L. (Enero de 2011). *Plantar árboles y arbustos*. Obtenido de <http://plantararboles.blogspot.com/2011/09/no-autoctonos-para-zonas-urbanas.html>
- SEMPLADES. (Enero de 2013). *Transformación de la Matriz Productiva*. Obtenido de • http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Serrano, M. &. (2010). *Guía de flores de balcón y de jardín*. Barcelona: Grijalbo.

Spag Chain, N. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc GRAW HILL.

Suárez, T. M. (Septiembre de 23 de 2012). *Destrucción del Habita*. Obtenido de <http://destrucciondelhabitat.blogspot.com/>


Thompson, I. (Diciembre de 2005). *Definición de Producto*. Obtenido de Promonegocios.net: <http://www.marketingpower.com>

Tungurahua, H. G. (2016). Clúster Artesanal de Tungurahua. *Artesanías*, 10-15.

ANEXOS

Anexo N.- 1. Formulario de Registro de Artesanos.

Formulario de Registro de Artesanos



1 Introducción
2 Generales
3 Talleres
4 Locales
5 Capacitación
6 Archivos

Datos Generales

Opción de Registro:

Apellido paterno:

Apellido materno:

Nombres:

Fecha nacimiento:

Tipo identificación:

Identificación:

Tipo visa:

Nacionalidad:

Lugar nacimiento:

Grupo sanguíneo:

Estado civil:

Género:

Tipo Inscripción:

Auto-definición Étnica:

Detalle Auto-definición Étnica:

Dirección de Domicilio

Provincia:

Cantón:

Parroquia:

Calle:

No. Casa:

Intersección:

Edificio:

Piso:

Discapacidad

Tipo discapacidad:

Porcentaje discapacidad:

Categoría discapacidad:

Hijos y dependientes

Hijos hombres:

Hijos mujeres:

Datos de Contacto

Email:

Teléfono convencional:

Teléfono celular:

Operadora celular:

Tipo movilidad:

Rama artesanal:

Tiene hijo artesanal:

Gremio

Agremiado:

Nombre del Gremio:

Cantidad integrantes Gremio:

Fecha ingreso Gremio:

Clasificación Gremio:

Categoría Gremio:

Comercialización

Lugar comercialización:

Guardar y continuar

Formulario de Registro de Artesanos



1 Introducción
2 Generales
3 Talleres
4 Locales
5 Capacitación
6 Archivos

Información de Talleres

Registro: MAYRA PAOLA VITERI MALAN
 Cedula: 1803384872

Provincia/Cantón	Dirección	Teléfono	Maquinaria/Herramientas	Operarios	Aprendices	Estado	Clasificación
NO HAY TALLERES INGRESADOS							

Adaptado por: Mayra Viteri (2017)
 Fuente: <http://registro.artesanos.gob.ec/registro/2>

Anexo 2. Titulo de Artesano.



Adaptado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: <http://registro.artesanos.gob.ec/registro/2>

Anexo 3. Registro Único de Contribuyentes.

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1803384872001

APELLIDOS Y NOMBRES: VITERI MALAN MAYRA PAOLA

NOMBRE COMERCIAL: MAVIFLOR

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: _____ **NUMERO:** _____

FEC. NACIMIENTO: 08/01/1980 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** _____

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 01/10/2008 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:** _____

FEC. INSCRIPCIÓN: 31/10/2008 **FEC. RESUMIO ACTIVIDADES:** _____

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE FLORES ARTESANALES

DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: TUNGURAHUA, Cantón: AMBATO Pertenencia: SAN FRANCISCO Dato: MAGALLANES Número: 23-21 Inscripción:
RIZARDO Referencia: A UNA CUADRA DEL PARQUE LA MADRE, CASA COLORES PLOMO Y TURQUESA, CUATRO
PIBOS Teléfono: 023839677
DOMICILIO ESPECIAL: _____

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:
* DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán escoger el Régimen Simplificado (RISE)

Residente que sea contribuyente con administraciones simples y cuando cumpla con las condiciones para ello, que son: retención del 100% del IVA y transferencia de bienes y servicios con tarifa 0% de IVA

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será manual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABERTOS:** 1

JURISDICCION: REGIONAL CENTRO R. TUNGURAHUA **CERRADOS:** 0

PRIMA DEL CONTRIBUYENTE: _____

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: JLSV021257 **Legajo de usuario:** ARBAT02001VAR 1558 **Fecha y hora:** 10/11/2011 15:01:00

Página 1 de 7

SRI

Adaptado por: Mayra Viteri (2017)

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI) (2017)

Anexo N.- 4. Logotipo



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación Propia

Anexo N.- 5. Planta de producción de la empresa



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación Propia

Anexo N.- 6. Oficina de la empresa.



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Anexo N.- 7. Exterior de la oficina de la Empresa



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Anexo N.- 8. Proceso o cadena de producción.

Paso 1. Recolección de la materia prima



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación de Campo



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Paso 2. Lavado de la materia prima.



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Paso 3. Secado de la materia prima.



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Paso 4. Clasificación de la materia prima.



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Paso 5. Elaboración de las flores.



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Paso 6. Enrollado del palo torcido (churo).



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Paso 7. Secado del palo torcido (churo).



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Paso 8. Pintado de las flores y palo torcido (churo)..



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Paso 9. Producto terminado para la venta



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Muestra del producto terminado en arreglo floral.



Elaborado por: Mayra Viteri (2017)
Fuente: Investigación propia

Anexo N.- 8. Encuesta a los demandantes



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS
ENCUESTA DIRIGIDA A DISTRIBUIDORAS Y FLORERÍAS



- I. **Encuesta Aplicada a:** Las personas que viven en la ciudad de Ambato.
- II. **Objetivo:** Determinar la aceptación en el mercado de flores secas elaboradas con fibras naturales.
- III. **Instrucciones:** Lea cuidadosamente la pregunta y marque la respuesta que usted considere correcta.

La presente encuesta tiene como objetivo un estudio de mercado para la creación de un taller artesanal de flores secas con la utilización de fibras naturales y, de esta manera, conocer cuánta aceptación tendrá en el mercado nuestro producto.

1.- ¿Cuáles son sus ingresos promedio?

- 1 - 354 dólares
- 355 - 600 dólares
- 601 - 900 dólares
- 901 - 1200 dólares
- Más De 1200 dólares

2.- ¿A usted le gustan los arreglos florales?

- Si
- No

3.- ¿Compra usted arreglos florales en base a flores secas?

- Si
- No

4.- ¿Con qué frecuencia adquiere los arreglos florales en base a flores secas?

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

5.- ¿Qué cantidad de arreglos florales en base a flores secas adquiere usted mensualmente?

- 1 a 2
- 3 a 4
- 5 a 6
- 7 a 8
- 9 a 10

6.- ¿Qué opina de la calidad de arreglos florales en base a flores secas que usted ha adquirido?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS
ENCUESTA DIRIGIDA A DISTRIBUIDORAS Y FLORERÍAS



7.- ¿Qué tipo de arreglos florales en base a flores secas compra normalmente?

- Pequeño
Mediano
Grande

8.- ¿Cuál es el precio que paga por cada arreglo floral a base de flores secas?

- 1 a 5 dólares
6 a 10 dólares
11 a 15 dólares
16 a 20 dólares

9.- ¿Dónde adquiere los arreglos florales en base a flores secas?

- Mercados
Supermercados
Florerías
Otros

10.- Si se creara una empresa productora y comercializadora de flores secas para el cantón Ambato, provincia de Tungurahua, que le ofrezca un producto de calidad a un buen precio, ¿usted apoyaría la empresa?

- Si
No

11.- ¿Dónde le gustaría adquirir los arreglos florales en base a flores secas?

- Mercados
Supermercados
Florerías
Otros

12.- ¿Qué medio publicitario usted prefiere para dar a conocer este tipo de producto?

- Televisión
Radio
Prensa escrita
Vallas publicitarias
Facebook
Página web

GRACIAS POR SU COLABORACION

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Anexo N.- 9. Encuesta a los oferentes



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS
ENCUESTA DIRIGIDA A DISTRIBUIDORAS Y FLORERÍAS



- I. **Encuesta Aplicada a:** Empresas dedicadas a la comercialización de flores decorativas en la ciudad de Ambato.
- II. **Objetivo:** Determinar la aceptación en el mercado de flores secas elaboradas con fibras naturales.
- III. **Instrucciones:** Lea cuidadosamente la pregunta y marque la respuesta que usted considere correcta

ENCUESTAS PARA LOS OFERENTES.

1.- ¿En su local, vende usted arreglos florales a base de flores secas?

Si
No

2.- ¿Cuántos arreglos florales a base de flores secas vende al mes?

1 a 5
6 a 10
11 a 15
16 a 20
21 a 25
26 a 30

3.- ¿Cuál es el precio de venta de los arreglos florales a base de flores secas?

1 a 5 dólares
6 a 10 dólares
11 a 15 dólares
16 a 20 dólares

4.- ¿Ofrece promociones por las ventas en su local?

Si
No

5.- ¿Por qué medio de comunicación hace conocer sus productos?

Televisión
Radio
Prensa escrita
Vallas publicitarias
Facebook
Página web

6.- ¿Cree usted que el producto tiene acogida en el mercado?

Si
No

GRACIAS POR SU COLABORACION

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)

Anexo N. 10. Tríptico



El tríptico muestra tres paneles. El panel izquierdo contiene tres imágenes: una flor hecha de pétalos marrones, cuatro alfileres decorativos de colores (rojo, amarillo, azul, verde), y un manojo de fibras naturales. El panel central tiene el título 'Estamos ubicados' con un mapa de la ciudad de Ambato, Ecuador, y el texto 'En la Cdd. Vicentina calle Magallanes entre Orellana y Pizarro.' Debajo, el título 'Contáctanos' incluye un recuadro con los datos de contacto: Teléfono: 2821578 - 09873776096, Página web: mañafloresnode.ec, Correo: mañaflores@outlook.es, Facebook: Mañaflores, y la dirección: Ambato - Ecuador. El panel derecho muestra el logo 'Mañaflores' con el lema 'El mejor detalle en una flor' y 'El mundo empieza en una flor'.

Estamos ubicados

En la Cdd. Vicentina calle Magallanes entre Orellana y Pizarro.

Contáctanos

Tel: 2821578 - 09873776096
Pág: mañafloresnode.ec
Correo: mañaflores@outlook.es
Facebook: Mañaflores
Ambato - Ecuador

Somos artesanos ecuatorianos, confeccionamos a mano flores y elementos decorativos con fibras naturales. Gracias a la diversidad de nuestro país contamos con una cartera de productos y estamos listos para ofrecer productos adaptados a las necesidades y tendencias de nuestros clientes, con especificaciones de colores, tamaños, materiales o, inclusive, con el desarrollo de diseños específicos.

Nuestros productos



La galería muestra nueve imágenes de diferentes tipos de flores artesanales. Hay flores de pétalos marrones, flores de pétalos azules y rojos, y flores de pétalos amarillos y verdes. Una descripción central indica que los productos son fabricados con materiales de la flora de la provincia de Orellana, ayudando al medio ambiente.

Nuestros productos son fabricados con materiales de la flora de nuestra provincia ayudando al medio ambiente ya que los mismos son amigables con la naturaleza.

Elaborado por: Mayra Viteri (2017)