

**UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE GERENCIA Y LIDERAZGO**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE  
INGENIERO EN GERENCIA Y LIDERAZGO**

**“Creación de un micro emprendimiento dedicado a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales, para mejorar las condiciones de vida de madres y sus hijos con capacidades diferentes del sur de Quito.”**

**AUTORA: TANIA MÉNDEZ**

**DIRECTOR DE TESIS: ING. GIOVANNY LUCERO**

**QUITO, OCTUBRE DEL 2010**

## **DECLARACIÓN**

Yo, TANIA ANAIS MÉNDEZ CAJAMARCA, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional.

-----  
Tania Méndez

Quito, Octubre del 2010

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Tania Anais Méndez Cajamarca, bajo mi supervisión.

-----

Ing. Giovanni Lucero

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios que con su bendición infinita me ha guiado por el camino de la felicidad y me ha permitido culminar una etapa más de mi vida.

A mis padres a quienes más admiro y respeto, por tener la sabiduría y el amor para guiarme y apoyarme en todo momento.

Al Ingeniero Giovanni Lucero, por su asesoría y dirección en el presente trabajo de investigación.

A las autoridades, Ing. Tania Chicaíza, y docentes de la carrera de Ingeniería en Gerencia y Liderazgo por compartir sus conocimientos y experiencias durante mi formación profesional.

A las protagonistas de este proyecto, Margarita Morales, Carmen Barrera, Magola Castillo, Glenda Hoyos, Olga Quinteros y Clara Velastegui; por su participación activa en el proyecto y por enseñarme que en la vida no hay límites, que lo que me proponga lo puedo lograr con esfuerzo y dedicación.

Y a mis amigos que me brindaron su apoyo incondicional y sincero en un momento circunstancial de mi vida.

## **DEDICATORIA**

Al culminar una etapa más de mi vida, quiero dedicar este trabajo realizado con esfuerzo y dedicación a Dios que es el creador del universo y dueño de mi vida, ya que ha sido quien me ha ayudado en este largo camino que ahora llena mi corazón de gozo y alegría.

Llegar a la meta propuesta, no hubiese sido posible sin el apoyo incondicional que me brindaron durante todo este proceso de formación; siendo un pilar fundamental en mi vida, es por eso que dedico:

A mi madre, quien con amor supo guiarme, aconsejarme y velar a lo largo de mi vida por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento; depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi capacidad.

A mi padre, quien supo transmitirme sus consejos, apoyo y ánimo para triunfar en la vida.

Y a mi familia, quienes me han brindado su apoyo sincero e incondicional en todo momento.

Tania

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La creación de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales estará ubicada en el sector de Quitumbe; la misma que tiene por objeto mejorar las condiciones de vida de las madres y sus hijos con capacidades diferentes del sur de Quito.

La creación de la micro empresa en el sector de Quitumbe se fundamenta debido a que hoy por hoy ha tenido un crecimiento considerable, convirtiéndose en una zona comercial y con una gran afluencia de personas.

El Capítulo I despliega una amplia información acerca de las madres y sus hijos con capacidades diferentes del sur de Quito; además se establecen las justificaciones por las cuales se pretende desarrollar el presente proyecto; así como los objetivos que se pretende alcanzar con su ejecución. También se explica el marco referencial y conceptual que se manejará en el desarrollo de la tesis y la metodología de investigación que se empleará para la obtención de la información necesaria para el desarrollo y análisis del tema.

En el capítulo II se realiza un análisis y un diagnóstico situacional de los factores que inciden directamente o indirectamente en el mercado de la ciudad de Quito respecto de la creación de una micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales. Tomando en consideración que a nivel macro ambiental se evaluarán factores económicos, tecnológicos, políticos y sociales; mientras que a nivel micro ambiental se realizará el análisis de las fuerzas de Porter; así como las oportunidades y amenazas que existen para la micro empresa anteriormente mencionada.

Capítulo III, se elabora la evaluación y selección del mercado apropiado para el establecimiento de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales, al cual a su vez se le realiza un estudio de mercado con el fin de analizar la oferta y demanda de este tipo de productos y servicios y de esta manera identificar a la competencia que se encuentra fuertemente posicionada en el mercado meta.

En el capítulo IV; se determina las factibilidades de la micro empresa, siendo estas la factibilidad legal en la cual se establece el convenio respecto al proyecto de mejorar las condiciones de vida de las madres y sus hijos con capacidades diferentes del sur de Quito, realizado por el IEPS y la Fundación Tierra Nueva y los trámites y requisitos necesarios para el establecimiento del proyecto; la factibilidad administrativa en la cual se determina la razón de ser de la micro empresa traducida en su misión y lo que espera llegar a ser a través de la visión, así como también sus objetivos, políticas y formas organizativas; la factibilidad operativa por su parte establece el manual de procesos de cada actividad que sea necesaria de ejecutar en la micro empresa, además se determina la infraestructura y los equipos necesarios para su funcionamiento. Y por último se encuentra la factibilidad de mercado en donde se describe de manera detalla cada uno de los productos y servicios que brindará la micro empresa y sus respectivos precios en relación a su competencia directa; así como también la plaza en donde se lo distribuirá, la promoción que se ofrecerá y su evidencia física.

Capítulo V; se efectúa un estudio financiero el cual permite demostrar que la ejecución del proyecto es viable y rentable. Para esto se especifica las fuentes de financiamiento para la construcción y puesta en marcha de la micro empresa, así como los activos fijos que debe poseer para brindar un buen servicio, la proyección de las ventas que se deben realizar para cubrir los costos en los cuales se incurre para el correcto funcionamiento de la micro empresa; además se realizará la proyección de los estados financieros que demuestran la solvencia y rentabilidad financiera del proyecto. Y finalmente se realiza un análisis de la tasa interna de retorno, el valor actual neto, el costo beneficio y el análisis de sensibilidad.

Para concluir el presente trabajo se determina las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio realizado en cada una de las etapas de investigación y análisis de la creación de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.

# ÍNDICE

<b>DECLARACIÓN.....</b>	<b>II</b>
<b>CERTIFICACIÓN.....</b>	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>IV</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>V</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE GENERAL.....</b>	<b>IX</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS.....</b>	<b>XIII</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>XVII</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS.....</b>	<b>XVIII</b>



## INDICE GENERAL

### CAPITULO I: ESTRUCTURA DEL PLAN DE TESIS

1.1. TEMA.....	1
1.1.1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.2.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.2.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	5
1.3. OBJETIVOS.....	6
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	6
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
1.4. MARCO TEORICO REFERENCIAL.....	7
1.4.1. MARCO TEORICO .....	7
1.4.2. MARCO CONCEPTUAL.....	27
1.5. MARCO TEMPORAL Y ESPACIAL.....	30
1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
1.6.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	30
1.6.2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	31

### CAPITULO II: DIAGNOSTICO SITUACIONAL

2.1. MACRO AMBIENTE.....	33
2.1.1. ANÁLISIS DEL FACTOR ECONÓMICO.....	33
2.1.1.1. ANALISIS DEL PIB.....	34
2.1.1.2. PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD.....	35
2.1.1.3. ANALISIS DE LA INFLACIÓN.....	38
2.1.1.4. ANALISIS DE LAS TASAS DE INTERES.....	40
2.1.2. ANALISIS DEL FACTOR SOCIAL.....	42
2.1.2.1. DATOS DEMOGRÁFICOS.....	42
1.1.2.2. PEA.....	44
2.1.3. ANALISIS DEL FACTOR TECNOLÓGICO.....	46
2.2. MICRO AMBIENTE.....	47
2.2.1. AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES.....	47

2.2.2. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES ACTUALES.....	49
2.2.3. AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS.....	53
2.2.4. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.....	55
2.2.5. PODER DE NEGOCIACIÓN QUE EJERCEN LOS CLIENTES.....	62
2.2.6. EVALUACIÓN DEL MODELO DE FUERZAS COMPETITIVAS RESPECTO DEL NEGOCIO.....	64
2.2.7. ANALISIS DE LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.....	65

### **CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO**

3.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	67
3.1.1. DEFINICIÓN DE MERCADO.....	68
3.2. MACRO SEGMENTACIÓN.....	68
3.2.1 VARIABLES GEOGRÁFICAS.....	69
3.2.2. VARIABLES DEMOGRÁFICAS.....	69
3.2.3. VARIABLES PSICOGRÁFICAS.....	69
3.2.4. VARIABLES CONDUCTUALES.....	69
3.3. UNIVERSO POBLACIONAL.....	70
3.3.1. ANÁLISIS DEL SECTOR SELECCIONADO.....	73
3.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	74
3.4.1. FÓRMULA PARA OBTENER EL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	74
3.4.2. DEDUCCIÓN DE LA FÓRMULA.....	75
3.5. ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO.....	75
3.6. ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	79
3.7. ESTUDIO DE LA OFERTA.....	103
3.8. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	108

### **CAPITULO IV: DETERMINACIÓN DE FACTIBILIDAD**

4.1. FACTIBILIDAD LEGAL .....	110
4.1.1. MARCO LEGAL.....	110
4.1.1.1. CONVENIO.....	110
4.1.1.2. OBLIGACIONES DE LAS PARTES.....	112
4.1.1.3. ADMINISTRACIÓN Y CONTROL.....	114
4.1.1.4. TERMINACIÓN DEL CONVENIO.....	115

4.1.2. CONSTITUCIÓN.....	117
4.1.2.1. PRINCIPIOS DE UNA COOPERATIVA.....	118
4.1.3. REQUISITOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE LA MICRO EMPRESA.....	120
4.1.3.1. REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE.....	120
4.1.3.2. PATENTE MUNICIPAL.....	121
4.1.3.3. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO.....	121
4.1.3.4. PERMISO DE SALUD.....	122
4.1.3.5. PERMISO DE BOMBEROS.....	122
4.1.3.6. PATENTE DE MARCA.....	123
4.2. FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA.....	125
4.2.1. MISIÓN.....	125
4.2.2. VISIÓN .....	125
4.2.3. VALORES.....	125
4.2.4. OBJETIVOS EMPRESARIALES.....	126
4.2.5. POLÍTICAS.....	126
4.2.6. ESTRATEGIAS .....	128
4.2.7. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y ORGANIGRAMA .....	128
4.2.7.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	129
4.2.7.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	130
4.2.8. MANUAL DE FUNCIONES .....	132
4.2.9. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.....	138
4.3. FACTIBILIDAD OPERATIVA O INGENIERÍA DE PROYECTOS.....	138
4.3.1. MANUAL DE PROCESOS.....	138
4.3.1.1. PROCESO DE ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA.....	140
4.3.1.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	142
4.3.1.3. PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.....	150
4.3.1.4. PROCESO DE LIMPIEZA.....	153
4.3.2. INFRAESTRUCTURA.....	156
4.3.3. EQUIPAMIENTO.....	158
4.4. FACTIBILIDAD DE MERCADO.....	159
4.4.1. MIX DEL MARKETING .....	160
4.4.1.1. PRODUCTO.....	160
4.4.1.2. PRECIO.....	167

4.4.1.3. PLAZA.....	170
4.4.1.4. PROMOCIÓN.....	172
4.4.1.5. PERSONAL.....	176
4.4.1.6. PROCESO.....	177
4.4.1.7. EVIDENCIA FÍSICA.....	178

## **CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO**

5.1. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	180
5.1.1. INVERSIÓN ACTIVOS.....	180
5.1.2. CAPITAL DE TRABAJO.....	181
5.1.2.1. INSUMOS PARA LA PRODUCCIÓN .....	181
5.1.2.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	183
5.1.3. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN .....	184
5.2. FINANCIAMIENTO .....	185
5.3. CÁLCULO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	185
5.3.1. DEPRECIACIONES .....	185
5.3.2. AMORTIZACIONES .....	186
5.4. PROYECCIÓN DE VENTAS .....	187
5.5. COSTO DE VENTAS.....	189
5.6. PROYECCIÓN DE COMPRAS.....	190
5.7. PROYECCIÓN DE GASTOS.....	193
5.8. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	194
5.8.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	194
5.9. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	196
5.10. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	198
5.10.1. CÁLCULO V.A.N.....	198
5.10.2. CÁLCULO T.I.R.....	198
5.10.3. CÁLCULO DE BENEFICIO COSTO .....	199
5.10.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	200
5.10.5. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	201

**CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

6.1 CONCLUSIONES.....207  
6.2 RECOMENDACIONES.....209

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO NO. 1:</b> PRODUCTO INTERNO BRUTO ANUAL.....	34
<b>CUADRO NO. 2:</b> PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD.....	36
<b>CUADRO NO. 3:</b> INFLACIÓN ANUAL.....	39
<b>CUADRO NO. 4:</b> TASAS DE INTERÉS ACTIVAS MÁXIMAS POR LÍNEA DE SEGMENTO.....	41
<b>CUADRO NO. 5:</b> POBLACIÓN TOTAL DEL ÁREA URBANA.....	43
<b>CUADRO NO. 6:</b> POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA .....	44
<b>CUADRO NO. 7:</b> BARRERAS DE ENTRADA.....	48
<b>CUADRO NO. 8:</b> RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES ACTUALE.....	50
<b>CUADRO NO. 9:</b> FLORISTERÍAS DEL SUR Y NORTE DE QUITO.....	51
<b>CUADRO NO. 10:</b> EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA ACTUAL.....	52
<b>CUADRO NO. 11:</b> PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	54
<b>CUADRO NO. 12:</b> PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	56
<b>CUADRO NO. 13:</b> PROVEEDORES DE FLORES.....	58
<b>CUADRO NO. 14:</b> PROVEEDORES DE FRUTAS.....	59
<b>CUADRO NO. 15:</b> MATRIZ DE CALIFICACIÓN CUANTITATIVA.....	59
<b>CUADRO NO. 16:</b> PROVEEDORES HERRAMIENTAS.....	60
<b>CUADRO NO. 17:</b> MATRIZ DE CALIFICACIÓN CUANTITATIVA.....	60
<b>CUADRO NO. 18:</b> MATRIZ DE CALIFICACIÓN CUANTITATIVA.....	62
<b>CUADRO No. 19:</b> MATRIZ DE CALIFICACIÓN CUANTITATIVA.....	65
<b>CUADRO No. 20:</b> ANÁLISIS EXTERNO DE LA MATRIZ FODA.....	66
<b>CUADRO No. 21:</b> SELECCIÓN DE LA MEJOR LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO.....	70
<b>CUADRO No. 22:</b> PREGUNTA No.2.....	79
<b>CUADRO No. 23:</b> PREGUNTA No.3.....	80
<b>CUADRO No. 24:</b> PREGUNTA No.4.....	81
<b>CUADRO No. 25:</b> PREGUNTA No.5.....	83
<b>CUADRO No. 26:</b> PREGUNTA No.6.....	84
<b>CUADRO No. 27:</b> PREGUNTA No.7.....	85
<b>CUADRO No. 28:</b> PREGUNTA No.8.....	86
<b>CUADRO No. 29:</b> PREGUNTA No.9.....	87

<b>CUADRO No. 30: DETALLE 1</b> .....	88
<b>CUADRO No. 31: DETALLE 2</b> .....	89
<b>CUADRO No. 32: DETALLE 3</b> .....	90
<b>CUADRO No. 33: DETALLE 4</b> .....	91
<b>CUADRO No. 34: PREGUNTA No.11</b> .....	92
<b>CUADRO No. 35: PREGUNTA No.12</b> .....	93
<b>CUADRO No. 36: PREGUNTA No.13</b> .....	94
<b>CUADRO No. 37: PREGUNTA No.14</b> .....	95
<b>CUADRO No. 38: PREGUNTA No.15</b> .....	97
<b>CUADRO No. 39: PREGUNTA No.16</b> .....	98
<b>CUADRO No. 40: PREGUNTA No.17</b> .....	99
<b>CUADRO No. 41: PREGUNTA No.18</b> .....	100
<b>CUADRO No. 42: PREGUNTA No.19</b> .....	101
<b>CUADRO No. 43: PREGUNTA No.20</b> .....	102
<b>CUADRO No. 44: ANÁLISIS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA COMPETENCIA INDIRECTA</b> .....	105
<b>CUADRO No. 45: ANÁLISIS DE PRECIOS DE ARREGLOS FLORALES</b> .....	106
<b>CUADRO No. 46: PREGUNTA No.1</b> .....	109
<b>CUADRO No. 47: MODELOS DE ARREGLOS FLORALES TRADICIONALES</b> .....	161
<b>CUADRO No. 48: ARREGLOS DE FRUTAS TRADICIONALES</b> .....	163
<b>CUADRO No. 49: ARREGLOS PARA EVENTOS SOCIALES</b> .....	164
<b>CUADRO No. 50: COSTOS DE PRODUCCIÓN</b> .....	168
<b>CUADRO No. 51: PRECIOS DE ARREGLOS DE FLORES Y FRUTAS</b> .....	169
<b>CUADRO No. 52: PRECIOS DE ARREGLOS DE FLORES PARA EVENTOS SOCIALES</b> .....	169
<b>CUADRO No. 53: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN</b> .....	180
<b>CUADRO No. 54: CANTIDAD DE PRODUCTOS POR MES REGULAR</b> .....	182
<b>CUADRO No. 55: CAPITAL DE INSUMOS</b> .....	183
<b>CUADRO No. 56: GASTOS ADMINISTRATIVOS</b> .....	183
<b>CUADRO No. 57: CAPITAL DE TRABAJO</b> .....	184
<b>CUADRO No. 58: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN</b> .....	184
<b>CUADRO No. 59: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS</b> .....	186
<b>CUADRO No. 60: AMORTIZACIÓN ANUAL</b> .....	187

<b>CUADRO No. 61:</b> PROYECCIÓN DE VENTAS.....	188
<b>CUADRO No. 62:</b> VENTAS TOTALES AL AÑO.....	189
<b>CUADRO No. 63:</b> COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	190
<b>CUADRO No. 64:</b> CANTIDAD DE PRODUCTOS POR MES.....	191
<b>CUADRO No. 65:</b> COMPRAS POR MES REGULAR Y ESPECIAL.....	191
<b>CUADRO No. 66:</b> COMPRAS ANUALES.....	192
<b>CUADRO No. 67:</b> IVA EN DESGLOSADO.....	193
<b>CUADRO No. 68:</b> GASTOS PROYECTADOS.....	193
<b>CUADRO No. 69:</b> ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	195
<b>CUADRO No. 70:</b> FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	196
<b>CUADRO No. 71:</b> CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO.....	198
<b>CUADRO No. 72:</b> CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO.....	199
<b>CUADRO No. 73:</b> COSTO BENEFICIO.....	200
<b>CUADRO No. 74:</b> PERÍODOD DE RECUPERACIÓN.....	201
<b>CUADRO No. 75:</b> CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2011.....	202
<b>CUADRO No. 76:</b> CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2012.....	203
<b>CUADRO No. 77:</b> CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2013.....	204
<b>CUADRO No. 78:</b> CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2014.....	205
<b>CUADRO No. 79:</b> CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2015.....	206



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO NO. 1: PRODUCTO INTERNO BRUTO ANUAL.....</b>	<b>35</b>
<b>GRÁFICO NO. 2: PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD.....</b>	<b>37</b>
<b>GRÁFICO NO. 3: INFLACIÓN ANUAL.....</b>	<b>40</b>
<b>GRÁFICO No. 4: TASAS DE INTERÉS: COMERCIAL PYMES.....</b>	<b>42</b>
<b>GRÁFICO No. 5: PEA POR REGIONES.....</b>	<b>45</b>
<b>GRÁFICO No. 6: PREGUNTA No.2.....</b>	<b>80</b>
<b>GRÁFICO No. 7: PREGUNTA No.3.....</b>	<b>81</b>
<b>GRÁFICO No. 8: PREGUNTA No.4.....</b>	<b>82</b>
<b>GRÁFICO No. 9: PREGUNTA No.5.....</b>	<b>83</b>
<b>GRÁFICO No. 10: PREGUNTA No.6.....</b>	<b>85</b>
<b>GRÁFICO No. 11: PREGUNTA No.7.....</b>	<b>86</b>
<b>GRÁFICO No. 12: PREGUNTA No.8.....</b>	<b>87</b>
<b>GRÁFICO No. 13: PREGUNTA No.9.....</b>	<b>88</b>
<b>GRÁFICO No. 14: DETALLE 1.....</b>	<b>89</b>
<b>GRÁFICO No. 15: DETALLE 2.....</b>	<b>90</b>
<b>GRÁFICO No. 16: DETALLE 3.....</b>	<b>91</b>
<b>GRÁFICO No. 17: DETALLE 4.....</b>	<b>92</b>
<b>GRÁFICO No. 18: PREGUNTA No.11.....</b>	<b>93</b>
<b>GRÁFICO No. 19: PREGUNTA No.12.....</b>	<b>94</b>
<b>GRÁFICO No. 20: PREGUNTA No.13.....</b>	<b>95</b>
<b>GRÁFICO No. 21: PREGUNTA No.14.....</b>	<b>96</b>
<b>GRÁFICO No. 22: PREGUNTA No.15.....</b>	<b>97</b>
<b>GRÁFICO No. 23: PREGUNTA No.16.....</b>	<b>99</b>
<b>GRÁFICO No. 24: PREGUNTA No.17.....</b>	<b>100</b>
<b>GRÁFICO No. 25: PREGUNTA No.18.....</b>	<b>101</b>
<b>GRÁFICO No. 26: PREGUNTA No.20.....</b>	<b>102</b>
<b>GRÁFICO No. 27: PREGUNTA No.20.....</b>	<b>103</b>
<b>GRÁFICO No. 28: PREGUNTA No.1.....</b>	<b>109</b>

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO 1: CAPACITACIONES.....</b>	<b>214</b>
<b>ANEXO 2: PREMISAS DE TRABAJO.....</b>	<b>216</b>
<b>ANEXO 3: INVERSIÓN DE ACTIVOS.....</b>	<b>216</b>
<b>ANEXO 4: MES REGULAR.....</b>	<b>218</b>
<b>ANEXO 5: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....</b>	<b>222</b>
<b>ANEXO 6: PROYECCIÓN EN VENTAS.....</b>	<b>223</b>
<b>ANEXO 7: COSTO DE VENTAS DE ARREGLOS FLORALES.....</b>	<b>224</b>
<b>ANEXO 8: PROYECCIÓN DE COMPRAS.....</b>	<b>230</b>
<b>ANEXO 9: PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD.....</b>	<b>230</b>
<b>ANEXO 10: SUELDOS ANUALES.....</b>	<b>231</b>

# **CAPITULO I**

## **ESTRUCTURA DEL PLAN DE TESIS**

### **1.1. TEMA**

“Creación de un micro emprendimiento dedicado a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales, para mejorar las condiciones de vida de madres y sus hijos con capacidades diferentes del sur de Quito.”

#### **1.1.1. INTRODUCCIÓN**

En nuestro país la discapacidad es una realidad humana que ha sido percibida de manera diferente en cada período. La visión que se le ha dado está relacionada con una condición o función que se considera deteriorada respecto del estándar general de un individuo o de su grupo. Cabe recalcar que existen diferentes tipos de discapacidad como son: discapacidad física, la discapacidad sensorial, la discapacidad cognitiva, la discapacidad intelectual, enfermedad mental, y varios tipos de enfermedad crónica que les impide el desenvolvimiento adecuado de estas personas; motivo por el cual dependen del sustento económico y a su vez del cuidado total o parcial de su familia.

A esto se le puede acotar que existe un gran nivel de desempleo debido a varios factores como son los bajos niveles de educación, la saturación en el mercado laboral, entre otros; lo cual hace muy difícil la consecución de un empleo estable para las personas que no tienen niveles altos de estudios y que además no disponen del tiempo completo para laborar debido a que sus hijos necesitan de su cuidado.

Es por ello que se considera de suma importancia crear nuevas fuentes de empleo a través de micro emprendimientos, los cuales vienen a constituirse en una importante alternativa para generar empleo y riqueza.

Por consiguiente, resulta una imperativa necesidad la de promover activamente el desarrollo del sector empresarial de las pequeñas y microempresas a partir de que el Estado incluya a ellas como parte ineludible de la política de desarrollo nacional.

Este es el principal motivo por el cual actualmente el Estado ha destinado un porcentaje de dinero a la Fundación Tierra Nueva, para que conjuntamente con el Ministerio de Inclusión Económica y Social y los centros de atención a los discapacitados creen micro emprendimientos para que las madres de los niños y jóvenes con capacidades diferentes accedan a un empleo estable y sobre todo logren mejorar su calidad de vida y las de sus hijos.

Cabe recalcar que las madres de los niños y jóvenes con capacidades diferentes del CEPRODIS (Centro de Protección al Discapacitado) y CDI (Centro del Discapacitado), han recibido capacitaciones para crear y administrar un negocio; de ahí surgió la idea de crear un micro emprendimiento dedicado a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; con el propósito de ofrecer una gran variedad de arreglos frutales hechos con productos naturales y fino chocolate y además brindar el servicio de arreglo y decoración de lugares para cualquier tipo de evento social.

Por otra parte se puede decir que en este proyecto se encuentran involucradas varias entidades, las mismas que tienen diferentes responsabilidades; como es el caso del MIES, el cual será el ente que financiará la mayoría del proyecto a través del Instituto de Economía Social y Solidaria y la Dirección de Discapacidades; además será corresponsable del seguimiento, monitoreo y evaluación del proyecto. Luego se encuentran la Fundación Tierra Nueva la encargada de la gestión administrativa y financiera del proyecto y será la responsable frente al MIES y a los otros actores de la buena ejecución del mismo dentro de los parámetros que dictamina el Estado ecuatoriano a través de sus instituciones operativas para estos tipos de proyectos.

Y por último como otros actores se encuentran las alumnas de la Universidad Politécnica Salesiana; quienes serán responsables de apoyar la buena marcha del proyecto en las fases y etapas que se requieran de su concurso.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En base a un diagnóstico realizado a las familias de los niños y jóvenes con capacidades diferentes tanto de CEPRODIS como CDI, se logró determinar que las condiciones económicas de estas familias son relativamente críticas; puesto que estos hogares en su gran mayoría cuentan con un solo perceptor económico que en estos casos son las madres. Por otra parte se puede decir que el 29% de estos hogares está compuesto por cuatro miembros, muy seguido del 25% de hogares compuesto por cinco miembros; lo que quiere decir que la mayoría de las familias de los niños y jóvenes con capacidades diferentes está compuesta por numerosos miembros; a esto se le puede añadir que el 27% de estos hogares cuentan con ingresos que oscila entre los 201 y 300 dólares, seguido de un 21% de los hogares que tienen ingresos económicos de 100 a 201 dólares, y tan solo con un porcentaje mínimo del 6% se ubican los hogares que tienen ingresos económicos superiores a los 501 dólares.

Cabe recalcar que las necesidades de las familias de los niños y jóvenes con capacidades diferentes no son cumplidas a cabalidad debido a que sus ingresos percibidos son inferiores a sus egresos; considerando que el 41% de estas familias no poseen vivienda propia por lo que mensualmente deben realizar gastos de arriendo, por otra parte se encuentran los gastos de medicación debido a que muchos de los niños y jóvenes con capacidades diferentes requieren de medicamentos permanentemente; siendo estos los gastos que deben realizarse mensualmente y que desafortunadamente son omitidos por falta de recursos económicos pero que no dejan de ser necesarios para estas familias. Se puede decir además que el 46% de las madres de los niños y jóvenes con capacidades diferentes tienen únicamente instrucción primaria, motivo por el cual se ven limitadas a recurrir a empleos de amas de casa o cuidado de niños.

En la actualidad las madres de los niños y jóvenes con capacidades diferentes enfrentan un gran problema social y económico debido a que no disponen del tiempo ni de los recursos económicos suficientes para capacitarse y peor aún poder emprender un

negocio, es por ello que recurren a trabajos de medio tiempo que no les permite obtener una remuneración suficiente para cubrir a cabalidad las necesidades de su familia.

En el caso de mantenerse las características anteriormente mencionadas, se desmejorará cada vez más la situación económica de estas familias; puesto que el costo de vida cada vez será más elevado y además existirá encarecimiento de fuentes laborales, a esto se le puede añadir que las madres de los niños y jóvenes con capacidades diferentes no disponen del tiempo suficiente para laborar debido a que sus hijos dependen de sus cuidados a causa de su problema.

Por su parte CEPRODIS Y CDI durante su existencia han trabajado en el desarrollo intelectual de los niños y jóvenes con capacidades diferentes, brindándoles una educación adecuada y sobre todo el apoyo necesario a sus madres, quienes por lo general son el único sustento económico en su familia. Por lo cual estos centros y la Fundación Tierra Nueva, con el apoyo económico del Estado; han realizado capacitaciones de micro emprendimientos con el propósito de que puedan gerenciar y administrar una micro empresa. Cabe recalcar que el MIES realizará el respectivo seguimiento por el lapso de un año con el fin de verificar el cumplimiento de los objetivos y su rentabilidad. Además es importante señalar que se ha conseguido el financiamiento no retornable a través del Estado, quien a su vez designado al Ministerio de Inclusión Económico y Social el valor de \$17.000 dólares; para que conjuntamente con la Fundación Tierra Nueva constituyan una fuente de empleo segura para las madres de los niños y jóvenes con capacidades diferentes, mediante la creación del micro emprendimiento dedicado a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.

### **1.2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿Cuál es el mecanismo que permitirá a las madres de los niños con capacidades diferentes del sur de Quito mejorar su nivel de vida?

### **1.2.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿Cuáles son las condiciones de mercado para este tipo de proyecto?
- ¿En qué medida la micro empresa destinada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales se convertirá en una fuente de empleo importante para las madres de los niños y jóvenes con capacidades diferentes?
- ¿Es factible que el proyecto pueda generar un desarrollo sostenido en el sur de Quito?
- ¿Qué tipo de participación tienen las madres de los niños y jóvenes con capacidades diferentes en la micro empresa destinada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales?
- ¿Qué impacto social ocasionará la creación de una microempresa destinada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales?
- ¿Cuál es el aporte a la economía de las madres de niños y jóvenes con capacidades diferentes la creación de una micro empresa destinada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales?

### **1.2.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

El presente proyecto servirá de guía administrativa para la creación de nuevos micro emprendimientos, puesto que se plantearán directrices de operatividad, manejo y administración. Por otra parte se puede decir que mediante la creación del micro emprendimiento dedicado a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales se aspira mejorar las condiciones de vida de un grupo de madres previamente seleccionadas y sus hijos con capacidades diferentes, quienes contarán a partir de ese momento con un empleo estable.

Mediante este trabajo se realizará además un diagnóstico para conocer las verdaderas condiciones en las que viven estas familias y de esta manera poder determinar los factores que han impedido un mejor desarrollo económico; para ello se requerirá de la

utilización de instrumentos que permitan recolectar la información a través de la observación directa mediante la aplicación de encuestas.

Básicamente con la operatividad de este micro emprendimiento se aspira a que las madres de los niños y jóvenes con capacidades diferentes mantengan un empleo estable y por ende mejoren sus condiciones de vida y las de su familia; cumpliendo a cabalidad con las necesidades básicas como alimentación, salud, educación, vivienda, etc.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Estructurar un modelo de gestión para una microempresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales a fin de mejorar la calidad de vida de las madres y sus hijos con capacidades diferentes del sur de Quito.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar las principales variables macro y micro ambientales y su impacto en la administración de los recursos de la micro empresa destinada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.
- Evaluar la factibilidad de mercado para determinar el grado de aceptación de la microempresa en el mercado de decoración para eventos sociales.
- Determinar la factibilidad administrativa y organizacional para la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.
- Determinar la factibilidad de la estructura técnica – legal para el establecimiento de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.



- Evaluar la factibilidad de la estructura financiera para la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.

## **1.4. MARCO TEORICO REFERENCIAL**

### **1.4.1. MARCO TEORICO**

La presente investigación se realizará en base al estudio de seis puntos, que son: viabilidad comercial, técnica, legal, de gestión, de impacto ambiental y financiera; los mismos que a su vez deben realizarse para evaluar este proyecto con el propósito de determinar el proceso o esquema global de la preparación y evaluación del proyecto el cual consiste en la: “Creación de un micro emprendimiento dedicado a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales, para mejorar las condiciones de vida de las madres y sus hijos con capacidades diferentes del sur de Quito”.

El estudio del proyecto pretende contestar el interrogante de si es o no conveniente realizar la inversión para la creación de la micro empresa; por lo tanto esta recomendación sólo será posible si se dispone de todos los elementos de juicio necesarios para tomar la decisión.

Con este objetivo, el estudio de viabilidad debe intentar simular con el máximo de precisión lo que sucedería con el proyecto si fuese implementado, aunque difícilmente pueda determinarse con exactitud el resultado que se logrará. De esta forma, se estimarán los beneficios y costos que probablemente ocasionaría y, por lo tanto, que pueden evaluarse.

- **Alcances del estudio del proyecto:**

Cabe recalcar que cada uno de los estudios anteriormente mencionados tiene un propósito; como es el caso del estudio de la viabilidad comercial, el cual indicará si el mercado es o no sensible al bien o servicio producido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso, permitiendo, de esta forma, determinar la postergación o rechazo del proyecto sin tener que asumir los costos que implica un estudio económico

completo. En muchos casos, la viabilidad comercial se incorpora como parte del estudio de mercado en la viabilidad financiera.<sup>1</sup>

Por su parte el estudio de viabilidad técnica determina las posibilidades materiales, físicas o químicas de producir el bien o servicio que desea generarse con el proyecto. Muchos proyectos nuevos requieren ser probados técnicamente para garantizar la capacidad de su producción, incluso antes de determinar si son o no convenientes desde el punto de vista de su rentabilidad económica.<sup>2</sup>

Un proyecto puede ser viable tanto por tener un mercado asegurado como por ser técnicamente factible. Sin embargo, podrían existir algunas restricciones de carácter legal que impedirían su funcionamiento en los términos que se pueda haber previsto, no haciendo recomendable su ejecución.

El estudio de la viabilidad de gestión es el que normalmente recibe menos atención a pesar de que muchos proyectos fracasan por falta de capacidad administrativa para emprenderlo. El objetivo de este estudio es, principalmente, definir si existen condiciones mínimas necesarias para garantizar la viabilidad de la implementación tanto en lo estructural como en lo funcional.

El estudio de la viabilidad financiera de un proyecto determina, en último término, su aprobación o rechazo. Este mide la rentabilidad que retorna la inversión todo medido en bases monetarias. Una viabilidad que en los últimos años ha ido adquiriendo cada vez importancia se refiere a la del impacto ambiental del proyecto. En la evaluación de un proyecto, concebida como una herramienta que provee información, pueden y deben incluirse consideraciones de carácter ambiental, no sólo por la conciencia creciente que la comunidad ha ido adquiriendo en torno a la calidad de vida presente y futura, sino que también por los efectos económicos que introduce en un proyecto, ya sea por la

---

<sup>1</sup> SAPAG CHAN Nassier; Criterios de evaluación de proyectos, Madrid Mc Graw 1997, página 22.

<sup>2</sup> SAPAG CHAIN Nassir; Preparación y evaluación de proyectos; México Mc Graw Hill 2004, 4ta. Edición, pág. 25.

necesidad de cumplir con normas impuestas a este respecto como para prevenir futuros impactos negativos derivados de una eventual compensación del daño causado por una inversión.<sup>3</sup>

El cumplimiento de estas normas puede influir tanto en los costos operacionales como en las inversiones que deberán realizarse.

La profundidad con que se analice cada uno de estos seis elementos dependerá únicamente del tipo de información que aporte a la presente investigación; obviamente la mayor parte estará basada más en estudios económicos y técnicos. Sin embargo, ninguno de los restantes debe obviarse en el estudio de factibilidad del presente proyecto.

- **El estudio del proyecto como proceso:**

El proceso de un proyecto reconoce generalmente cuatro grandes etapas: idea, pre-inversión, inversión y operación.

La etapa de idea puede enfrentarse sistemáticamente bajo una modalidad de gerencia de beneficios; es decir, donde la organización está estructurada operacionalmente bajo un esquema de búsqueda permanente de nuevas ideas de proyecto. Para ello, intenta en forma ordenada identificar problemas que puedan resolverse y oportunidades de negocio que puedan aprovecharse. Las diferentes formas de solucionar un problema o aprovechar una oportunidad constituirán las ideas de proyecto.

De aquí que pueda afirmarse que la idea de un proyecto, más que una ocurrencia afortunada de un inversionista, generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.

En la etapa de pre-inversión se realizan los distintos estudios de viabilidad: perfil, prefactibilidad y factibilidad. El nivel de estudio inicial es el denominado "perfil", el cual se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la opinión que

---

<sup>3</sup> GRAY CLIFFORD Larson Erikw; Administración de proyectos; México, Mc Graw Hill 2009, 4ta. Edición, pág. 22.

da la experiencia. En términos monetarios, sólo presenta estimaciones muy globales de las inversiones, costos o ingresos, sin entrar en investigaciones de terreno.

En este análisis es fundamental efectuar algunas consideraciones previas de la situación "sin proyecto"; es decir, intentar proyectar qué pasará en el futuro si no se pone en marcha el proyecto antes de decidir si conviene o no su implementación.

En el estudio de perfil, más que calcular la rentabilidad del proyecto, se busca determinar si existe alguna razón que justifique el abandono de una idea antes que se destinen recursos, a veces de magnitudes importantes, para calcular la rentabilidad en niveles más acabados de estudio, como la prefactibilidad y la factibilidad. En este nivel frecuentemente se seleccionan, por otra parte, aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de problema o el aprovechamiento de una oportunidad.<sup>4</sup>

Otro nivel de estudio es el llamado de prefactibilidad; en el cual la investigación se basa principalmente en información de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de inversionistas, entre otras. En términos generales, se estiman las inversiones probables los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

Fundamentalmente, esta etapa se caracteriza por descartar soluciones con mayores elementos de juicio. Para ello se profundizan los aspectos señalados preliminarmente como críticos por el estudio de perfil, aunque sigue siendo; investigación basada en información secundaria, no demostrativa.

La aproximación de las cifras hace recomendable la sensibilización de resultados obtenidos, o sea, medir cómo cambia la rentabilidad ante modificaciones en el comportamiento de las variables. Como resultado de este estudio, surge la recomendación de su aprobación, su continuación a niveles más profundos de estudios,

---

<sup>4</sup> SAPAG PUELMA José Manuel; Evaluación de proyectos; Bogotá Mc Graw Hill 2007; 3ra. Edición. Pág. 28.

su abandono o su postergación hasta que se cumplan determinadas condiciones mínimas que deberán explicarse.

El estudio más de factibilidad, se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes primarias de información. Las variables cualitativas son mínimas comparadas con los estudios anteriores. El cálculo de las variables financieras y económicas debe ser lo suficientemente demostrativo para justificar la valoración de los distintos ítems.

Esta etapa constituye el paso final del estudio preinversional; por tal motivo entre las responsabilidades del evaluador, más allá del simple estudio de viabilidad, está la de velar por la optimación de todos aquellos aspectos que dependen de una decisión de tipo económico como, por ejemplo, el tamaño, la tecnología o la localización del proyecto, entre otros.<sup>5</sup>

El estudio de proyectos, cualquiera sea la profundidad con que se realice, distingue dos grandes etapas: la de formulación y preparación y la de evaluación. La primera tiene por objeto definir todas las características que tengan algún grado de efecto en el flujo de ingresos y egresos monetarios del proyecto y calcular su magnitud. La segunda etapa, con metodologías muy definidas, busca determinar la rentabilidad de la inversión en el proyecto.

En la etapa de formulación y preparación se reconocen, a su vez, dos sub etapas: una que se caracteriza por recopilar información o crear la no existente, y otra que se encarga de sistematizar, en términos monetarios, la información disponible. Esta sistematización se traduce en la construcción de un flujo de caja proyectado, que servirá de base para la evaluación del proyecto.

Si bien comúnmente se habla de él flujo de caja, es posible distinguir tres tipos distintos en función del objeto de la evaluación. De esta manera, habrá un flujo de caja para medir la rentabilidad de toda la inversión, independientemente de sus fuentes de

---

<sup>5</sup> SAPAG PUELMA José Manuel; Evaluación de proyectos; Bogotá Mc Graw Hill 2007; 3ra. Edición. Pág. 33.

financiamiento, otro para medir la rentabilidad sólo de los recursos aportados por el inversionista y otro para medir la capacidad de pago, es decir, si, independientemente de la rentabilidad que pudiera tener el proyecto, puede cumplir con las obligaciones impuestas por las condiciones del endeudamiento.

Por otra parte, en la etapa de evaluación es posible distinguir tres sub etapas: la medición de la rentabilidad del proyecto, el análisis de las variables cualitativas y la sensibilización del proyecto. Cuando se calcula la rentabilidad, se hace sobre la base de un flujo de caja que se proyecta sobre la base de una serie de supuestos. El análisis cualitativo complementa la evaluación realizada con todos aquellos elementos no cuantificables que podrían incidir en la decisión de realizar o no el proyecto. Por otra parte se puede decir que principal dedicación habrá de darse a la identificación de los aspectos más débiles del proyecto evaluado; de esta forma, la última sub-etapa se podrá abocar a sensibilizar sólo aquellos aspectos que podrían, al tener mayores posibilidades de un comportamiento distinto al previsto, determinar cambios importantes en la rentabilidad calculada.

El análisis completo de un proyecto requiere, por lo menos, de la realización de cuatro estudios complementarios: de mercado, técnico, organizacional administrativa y financiero. Mientras los tres primeros fundamentalmente proporcionan información económica de costos y beneficios, el último, además de generar información construye los flujos de caja y evalúa el proyecto; es por ello que resultan imperativamente importantes en el desarrollo de la presente investigación.

#### **❖ ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO:**

En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección

financiera. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente. Una de las conclusiones de este estudio es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción de arreglos flores o frutales y en los servicios de decoración para cualquier tipo de evento social. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

En particular, con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos y materiales para la producción de los arreglos; tanto para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de los equipos se precisará su disposición en el local, lo que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación, en consideración a las normas y principios de la administración de la producción.

El análisis de estos mismos antecedentes hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por especialización y asignarles un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación. De igual manera, deberán deducirse los costos de mantenimiento y reparaciones, así como el de reposición de los equipos.

La descripción del proceso productivo posibilitará, además, conocer las materias primas y los restantes insumos que demandará el proceso. Como ya se mencionó, el proceso productivo se elige tanto a través del análisis técnico como económico de las alternativas existentes; por lo tanto la definición del tamaño del proyecto es fundamental para la determinación de las inversiones y costos que se derivan del estudio técnico. Normalmente, durante esta etapa del estudio puede optarse por una alternativa de tamaño y proceso específicos para el proyecto. Sin embargo, cuando existen dudas entre dos o más posibilidades, parece conveniente no tomar una decisión en una etapa tan preliminar. En este caso, deberán desarrollarse los estudios de las distintas posibilidades

técnicas de alternativa, postergando, si fuera preciso, la decisión hasta la última etapa de su evaluación.<sup>6</sup>

Esto parece más obvio cuando se consideran otras variables de efectos interrelacionados con los anteriores; por ejemplo, la localización. Cuando esta no se encuentra predeterminada, debe elegirse mediante un proceso integral de análisis que permita su compatibilización, entre otros factores, con el tamaño. Los efectos de la disyuntiva de tener una o dos plantas sobre la decisión de localización más complejos de lo que parece, puesto que incorporan restricciones técnicas a un análisis económico ya influido fuertemente por los costos del transporte, la cercanía de las fuentes de materias primas y del mercado consumidor, la disponibilidad y precio relativo de los insumos, las expectativas de variaciones futuras en la situación vigente y otros. Todo esto debe analizarse en forma combinada con los factores determinantes del tamaño, como la demanda actual y esperada, la capacidad financiera, las restricciones del proceso tecnológico, etc.

Las interrelaciones entre decisiones de carácter técnico se complican al tener que combinarse con decisiones derivadas de los restantes estudios particulares del proyecto. Por ejemplo, al describirse la perecibilidad de la materia prima producto terminado no sólo se proporciona información interna al estudio técnico sino que se condicionan algunas decisiones de mercado o financieras, como relativas a distribución del producto final, adquisición de la materia prima inversión en existencias.

Cabe recalcar que hoy en día incide al mejor logro de los dos puntos anteriormente mencionados, por su rapidez, medición y precisión. Es por ello que se aplicará los siguientes principios:

✓ Principio de la ejecución: Distribuir cada una de las tareas y actividades de manera que el trabajo y las responsabilidades no esté concentrado en una sola persona.

---

<sup>6</sup> HERNANDEZ HERNANDEZ Abrahm, Formulación de proyectos de inversión; Mc Graw Hill 2005, pág. 48.



✓ Principio del control: Controlar el trabajo para verificar que se esté cumpliendo a cabalidad las normas establecidas y sobre todo constatar que se esté cumpliendo con los objetivos propuestos en el proyecto.

Por otra parte resulta importante la aplicación de otros principios, con el propósito de direccionar adecuadamente el proyecto, los mismos que son:

- ✓ Estudiar cada trabajo para determinar la manera más acertada de ser ejecutado.
- ✓ Estudiar el trabajo de operario descompensando en movimientos elementales y a su vez cronometrándolos para poder conocer el tiempo exacto que requeriría cada actividad.
- ✓ Dar a los trabajadores instrucciones técnicas sobre sus actividades mediante las capacitaciones que se han realizado.
- ✓ Separar las funciones de la planeación de las de ejecución dándoles atribuciones precisas y delimitadas.
- ✓ Estandarizar los utensilios, materiales, equipos, métodos y procesos de trabajo que serán utilizados.<sup>7</sup>

#### ❖ **EL ESTUDIO DEL MERCADO:**

Uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitos.

El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden prever simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. Pocos proyectos son los que explican, por ejemplo, la estrategia publicitaria, la cual tiene en muchos casos una fuerte repercusión, tanto en la inversión inicial, cuando la estrategia de promoción ejecuta antes de la puesta en marcha del proyecto, como en los costos de operación cuando se define como un plan concreto de acción.

---

<sup>7</sup> Principios establecidos en la Teoría Administrativa de Taylor.

El mismo análisis puede realizarse para explicar la política de distribución del producto final. La cantidad y calidad de los canales que se seleccionan afectarán el calendario de desembolsos del proyecto. La importancia de este factor se manifiesta al considerar su efecto sobre la relación oferta-demanda del proyecto. Basta agregar un canal adicional a la distribución del producto para que el precio final se incremente el margen que recibe este canal. Con ello, la demanda puede verse disminuida con respecto a los estudios previos. Optativamente, podrá bajarse el precio de entrega al distribuidor para que el producto llegue al consumidor al precio previsto, con lo cual los ingresos del proyecto se verían también disminuidos.

Ninguno de estos elementos, que a veces pueden ser considerados secundarios, puede dejar de ser estudiado. Decisiones como el precio de introducción, inversiones para fortalecer una imagen, acondicionamiento de los locales de venta en función de los requerimientos observados en el estudio de los clientes potenciales, políticas de crédito recomendadas por el mismo estudio, entre otros, pueden constituirse en variables pertinentes para el resultado de la evaluación. Metodológicamente, cuatro son los aspectos que deben estudiarse:

- El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- Comercialización del producto o servicio generado por el proyecto.
- Los proveedores y la disponibilidad y precio de los insumes, actuales y proyectados.

El análisis del consumidor tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc. Para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial. El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto. La demanda se asocia a distintos niveles de

precio y condiciones de venta, entre otros factores, y se proyecta en el tiempo, diferenciando claramente la demanda deseada de la esperada.<sup>8</sup>

La principal dificultad de esto radica en definir la proyección de la demanda global y aquella parte que podrá captar el proyecto; sin embargo, existen diversas técnicas y procedimientos que permiten obtener una aproximación confiable.

El estudio de la competencia es fundamental por varias razones. Por ejemplo, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es preciso conocer las estrategias que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas; al mismo tiempo, se constituye en una buena fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados. La determinación de la oferta suele ser compleja, por cuanto no siempre es posible visualizar todas las alternativas de sustitución del producto del proyecto o la potencialidad real de la ampliación de la oferta, al desconocer la capacidad instalada ociosa de la competencia o sus planes de expansión o los nuevos proyectos en curso<sup>9</sup>.

El análisis de la comercialización del proyecto es quizás uno de los factores difíciles de precisar, por cuanto la simulación de sus estrategias se enfrenta a la probabilidad de estimar reacciones y variaciones del medio durante la operación del proyecto.

Son muchas las decisiones que se adoptarán respecto de la estrategia comercial del proyecto, las cuales deben basarse en los resultados obtenidos en los análisis señalados anteriormente. Las decisiones aquí tomadas tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se manifiestan en sus ingresos y egresos.

Una de estas decisiones es la política de venta, que no sólo implica la generación de ingresos al contado o a plazo, sino que también determina la captación de un mayor o

---

<sup>8</sup> RANDOLPH ROBERT Sabarredy Julian, Gerencia de proyectos, Mc Graw Hill 2007, Pág. 37.

<sup>9</sup> BACA URBINA Gabriel; Evaluación de proyectos, México Mc Graw Hill 2006, 5ta edición; pág. 45

menor volumen de ventas. Las combinaciones posibles son múltiples y cada una determinará una composición diferente de los flujos caja del proyecto. Tan importantes como ésta son las decisiones sobre precio, canales de distribución, marca, estrategia publicitaria, inversiones en creación de imagen, calidad del producto, servicios complementarios, estilos de venta características exigidas y capacitación de la fuerza de venta. Cada una de estas decisiones originará una inversión, un costo o un ingreso operación que es necesario estudiar para alcanzar las aproximaciones más cercanas a lo que sucederá cuando el proyecto sea implementado.

El mercado de los proveedores puede llegar a ser determinante en el éxito o fracaso del proyecto. De ahí la necesidad de estudiar si existe disponibilidad de los insumos requeridos y cuál es el precio que deberá pagarse para garantizar su abastecimiento.

Se puede decir que resultaría rentable hacer un acuerdo con los productores de flores de Cayambe quienes exportan sus productos y que por motivos de estándares de calidad tienen algunos productos que son rechazados, los mismos que serían menos costosos permitiendo obtener una mayor ganancia en el momento de realizar y expender los arreglos florales.

Es importante señalar que por los motivos justificados anteriormente es muy importante en este estudio tomar en cuenta varios factores:

➤ Análisis del consumidor:

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, y averiguar sus hábitos de compra como lugares, momentos, preferencias, etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

➤ Análisis de la competencia:

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto. Para realizar un estudio de la competencia, es necesario establecer quienes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. El plan de negocios podría incluir una planilla con los competidores más importantes y el análisis de algunos puntos como: marca, descripción del producto o servicio, precios, estructura, procesos, recursos humanos, costos, tecnología, imagen, proveedores, etc.

➤ Estrategia:

Concepto breve pero imprescindible que marcará el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

1. Liderazgo en costos.- Consiste en mantenerse competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.
2. Diferenciación.- Consiste en crear un valor agregado sobre el producto ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio.

➤ Objetivo

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Esta información debe de ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

1. Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y servicios que se piensan ofrecer.

2. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción de productos y servicios que se piensan ofrecer.
3. Que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados.
4. Que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y servicios sustitutos y complementarios.

El logro de los objetivos mencionados solo se podrá llevar a cabo a través de una investigación que nos proporcione información para ser utilizada como base para una toma de decisión; esta deberá ser de calidad, confiable y concreta

Como objetivos secundarios un estudio de mercado nos releva información externa acerca de nuestros competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado, hábitos de consumo de a quien va dirigido el producto y servicio. Así como también información interna como las especificaciones de nuestro producto, nuestra producción interna, normas técnicas de calidad, entre otros aspectos a considerar.

➤ Puntos para la elaboración del estudio de mercado:

El estudio de mercado es el resultado de un proyecto, por lo que se debe obtener una visión clara de las características del bien y servicio que se piensa colocar en el mercado. El resultado de este trabajo es una de las primeras guías para seguir los pasos que lleven a cumplir con las exigencias del consumo, en ese momento. Es también la primera parte de un sistema de trabajos o la planeación de una actualización con el fin de permanecer dentro de la competencia. Dentro de las principales funciones de un proyecto están:

- El uso del bien y del servicio: Se puede decir que el propósito es trabajar mediante catálogo para poder ofrecer una gran variedad de productos a los clientes además se presenta dos alternativas que son los arreglos en flores y los arreglos comestibles en base de frutas. En cuanto a el servicio de decoración también se piensa trabajar en base a la ocasión que el cliente necesite basándose siempre en la moda e innovación.

- La presentación: Los productos que se van a ofrecer deben tener un buen estándar de calidad ya que deben ser atractivos para el cliente por tanto su presentación deberá ser optima y siempre irguiéndose al estándar de calidad.
- El consumidor: Los futuros consumidores serán los habitantes del sector sur de Quito debido a que el proyecto se establecerá ahí por otra parte se determino esta decisión debido a que es un mercado bastante consumista y que además aun no es muy saturado debido a que recién se está imponiendo la moda de los arreglos comestible con frutas.
- El precio: Cabe recalcar que el precio estará acorde con el tipo de producto debido a que cada producto o servicio utilizará diferentes insumos por lo tanto algunos serán mas costosos que otros inclusive por el tamaño.
- La distribución: Tanto la producción como la venta se realizará en el local que se establezca pero cabe mencionar que se aspira realizar el servicio a domicilio debido a que la mayor parte de los futuros clientes lo prefieren.

Las características usadas en la investigación que con más frecuencia se busca conocer son:

- Medición de los mercados potenciales
- Análisis de nichos específicos de mercado
- Determinación de las características del nicho de mercado
- Tendencias del volumen de las ventas del nicho del mercado
- Pronósticos a corto plazo
- Estudios de posibles productos competidores
- Pronósticos a largo plazo
- Pruebas de productos similares existentes en el mercado.

Y para finalizar los parámetros más comunes que una investigación de mercado debe considerar son:

- Penetración de mercado.- Identificación de los principales clientes y competidores.
- Pronósticos de ventas.- Se forman de las estimaciones de especialistas y directivos, quienes anticipan lo que con mayor posibilidad los compradores tenderán a hacer en relación con sus decisiones para adquirir un producto.
- Aspectos de magnitud.- Estos nos proporcionan información sobre los antecedentes de la rama industrial y la situación relativa a la oferta y la demanda.

### ❖ EL ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO:

Uno de los aspectos que menos se tienen en cuenta en el estudio de proyectos es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración, organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.

Para cada proyecto es posible definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva. Al igual que en los estudios anteriores, es preciso simular el proyecto en operación. Para ello deberán definirse, con el detalle que sea necesario, los procedimientos administrativos que podrían implementarse junto con el proyecto. Pueden existir diferencias sustanciales entre los costos de llevar registros normales versus computacionales, y mientras en algunos proyectos convenga la primera modalidad, en otros puede ser más adecuada la segunda.<sup>10</sup>

La decisión de desarrollar internamente actividades que pudieran subcontratarse influye directamente en los costos por la mayor cantidad de personal que pudiera necesitarse, la mayor inversión en equipamiento y el mayor costo en materiales y otros insumos. Como puede apreciarse, una decisión que pareciera ser secundaria lleva asociada una serie de inversiones y costos que ningún estudio de proyectos podría obviar.

---

<sup>10</sup> JURAN Joseph, GODFREY A Blanton; Manual de calidad, Madrid Mc Graw Hill 2001, 5ta edición, pág. 42.



Bastaría un análisis muy simple para dejar de manifiesto la influencia de los procedimientos administrativos sobre la cuantía de las inversiones y costos del proyecto. Los sistemas y procedimientos contable-financieros, de información, de planificación y presupuesto, de personal, adquisiciones, crédito, cobranzas y muchos más van asociados a costos específicos de operación. Los sistemas y procedimientos que definen a cada proyecto en particular determinan también la inversión en estructura física. La simulación de su funcionamiento permitirá definir las necesidades de espacio físico del local en donde funcionaría el negocio. Ninguna de estas consideraciones puede dejarse al azar. De su propio análisis se derivarán otros elementos de costos que, en suma, podrían hacer no rentable un proyecto que, según estimaciones preliminares, haya parecido conveniente de implementar.

Casos típicos de esto son los mecanismos de comunicación interna, el equipamiento de implementos de prevención (incendios y riesgos en general) o la inclusión de la variable de retiro y recontractación de personal, por nombrar sólo algunos.

Tan importante como los aspectos anteriores es el estudio legal. Aunque no responde a decisiones internas del proyecto, como la organización y procedimientos administrativos, influye en forma indirecta en ellos y, en consecuencia, sobre la cuantificación de sus desembolsos.

Los aspectos legales pueden restringir la localización y obligar a mayores costos de transporte, o bien pueden otorgar franquicias para incentivar el desarrollo de determinadas zonas geográficas donde el beneficio que obtendría el proyecto superaría los mayores costos de transporte.<sup>11</sup>

Uno de los factores más directos de los factores legales y reglamentarios se refiere a los aspectos tributarios. Normalmente existen disposiciones que afectan en forma diferente a los proyectos, dependiendo del bien o servicio que produzcan.

---

<sup>11</sup> SAPAG CHAIN Nassir; Preparación y evaluación de proyectos; México Mc Graw Hill 2004, 4ta. Edición, pág. 39.

Esto se manifiesta en el otorgamiento de permisos y patentes, en las arancelarias diferenciadas para tipos distintos de materias primas o productos terminados, o incluso en la constitución de la empresa que llevará a cabo el proyecto la cual tiene exigencias impositivas distintas según el tipo de organización que se seleccione. Cabe recalcar que para la creación de la micro empresa se creará una sociedad en cuentas de participación para que cada una de las madres que intervendrán en el negocio asuman los mismos derechos y obligaciones.

Otro de los efectos lo constituye la determinación de los desembolsos que representa la concreción de las opciones seleccionadas como las más convenientes para el proyecto. En este caso se analizarán las estrategias que se aplicarán para conseguir el logro de los planes, objetivos, metas, actividades, programas; entre otros.

Para ello se tomara en cuenta los siguientes principios:

- Principio de planeación: Se refiere básicamente a la selección adecuada de los trabajadores tomando en cuenta sus aptitudes; además capacitando y entrenando a las madres de los niños discapacitados para que produzcan más y de mejor manera.
  
- Principio del planteamiento: Sustituir la improvisación y la actuación empírica por los métodos basados en procedimientos científicos para estar en capacidad de satisfacer las necesidades de los consumidores y poder resolver inconvenientes de la mejor manera y oportunamente.

#### ❖ **EL ESTUDIO FINANCIERO:**

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto

Las inversiones del proyecto pueden clasificarse, según corresponda como por ejemplo el equipamiento del local, equipamiento de producción y sobre todo el capital de trabajo; entren otros. Puesto que durante la vida de operación del proyecto puede ser necesario incurrir en inversiones para ampliaciones, reposición del equipamiento o adiciones de capital de trabajo, será preciso presentar un calendario de inversiones y reinversiones que puede elaborarse en dos informes separados, correspondientes a la etapa previa a la puesta en marcha y durante la operación. También se deberá proporcionar información sobre el valor residual de las inversiones.<sup>12</sup>

Los ingresos de operación se deducen de la información de precios y demanda proyectada, calculados en el estudio de mercado, de las condiciones de venta, de las estimaciones de venta de residuos y del cálculo de ingresos por venta de equipos cuyo reemplazo está previsto durante el período de evaluación del proyecto, según antecedentes que pudieran derivarse de los estudios técnicos (para el equipo de producción), organizacional (para el equipo de oficinas) y de mercado (para el equipo de venta).

Los costos de operación se calculan con la información de prácticamente todos los estudios anteriores. Existe, sin embargo, un ítem de costo que debe calcularse en esta etapa: el impuesto a las ganancias, porque este desembolso es consecuencia directa de los resultados contables de la empresa, que pueden ser diferentes de los resultados efectivos obtenidos de la proyección de los estados contables de la empresa responsable del proyecto.

---

<sup>12</sup> ROMERO Carlos; Modelos económicos en la empresa; España 1998, 2da. Edición, pág. 218.

La evaluación del proyecto se realiza sobre la estimación del flujo de caja de los costos y beneficios. La existencia de algunas diferencias en ciertas posiciones conceptuales en cuanto a que la rentabilidad del proyecto puede ser distinta de la rentabilidad para el inversionista, por la incidencia del financiamiento, hace que más adelante se dedique un análisis especial al tema. El resultado de la evaluación se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. La improbabilidad de tener certeza de la ocurrencia de los acontecimientos considerados en la preparación del proyecto hace necesario considerar el riesgo de invertir en él. Se han desarrollado muchos métodos para incluir el riesgo e incertidumbre de la ocurrencia de los beneficios que se esperan del proyecto. Algunos incorporan directamente el efecto del riesgo en los datos del proyecto, mientras que otros determinan la variabilidad máxima que podrían experimentar algunas de las variables para que el proyecto siga siendo rentable.

Evaluar un proyecto a un plazo fijo puede llevar a conclusiones erradas respecto del mismo. Muchas veces se adopta como norma que un proyecto debe evaluarse a diez años. Sin embargo, es posible que la rentabilidad de un proyecto sea mayor si su puesta en marcha se posterga algunos períodos. No todos los proyectos rentables deben implementarse de inmediato, aun cuando existan los recursos necesarios, si se maximiza su rentabilidad postergando su iniciación. Siguiendo el mismo raciocinio anterior, puede concluirse que un proyecto es más rentable si se abandona antes de la fecha prevista en la evaluación. Es decir, al igual que debe analizarse la postergación de la puesta en marcha, así también debe considerarse el abandono antes de la finalización prevista. Incluso, aun cuando el proyecto haya sido evaluado, aprobado e implementado, es posible que surja alguna alternativa de inversión que haga recomendable el abandono de la inversión en marcha.

Por último, una variable que complementa la información posible de proveer a quien debe tomar una decisión se relaciona con el financiamiento. Cuando se incluye su efecto en un flujo de caja, ya sea por la contratación de un leasing o de una deuda para financiar parte de la inversión, deja de medirse la rentabilidad del proyecto y se

determina la rentabilidad de los recursos propios invertidos al proyecto, la cual puede ser sustancialmente distinta a la del proyecto.

#### **1.4.2. MARCO CONCEPTUAL**

❖ Decoración.- Es el arte que estudia la combinación de los elementos ornamentales, consiste en adornar o embellecer una cosa o sitio. Conjunto de elementos que adornan una habitación, un ambiente, etc.

❖ Demanda.- Es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

❖ Discapacidad.- Es cualquier restricción o impedimento de la capacidad de realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se considera normal para el ser humano. Se caracteriza por excesos o insuficiencias en el desempeño de una actividad rutinaria normal, los cuales pueden ser temporales o permanentes, reversibles o surgir como consecuencia directa de la deficiencia o como una respuesta del propio individuo, sobre todo la psicológica, a deficiencias físicas, sensoriales o de otro tipo.

❖ Diseño de proyecto.- Es un proceso por el cual se determina el establecimiento de cambios generados por un proyecto a partir de la comparación entre el estado actual y el estado previsto en su planificación.<sup>13</sup> Es decir, se intenta conocer qué tanto un proyecto ha logrado cumplir sus objetivos o bien qué tanta capacidad poseería para cumplirlos.

❖ Evaluación de proyecto.- Se produce información para la toma de decisiones, por lo cual también se le puede considerar como una actividad orientada a mejorar la eficacia de los proyectos en relación con sus fines, además de promover mayor eficiencia en la asignación de recursos. En este sentido, cabe precisar que la evaluación no es un fin en sí misma, más bien es un medio para optimizar la gestión de los proyectos.

---

<sup>13</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n\\_de\\_proyectos](http://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n_de_proyectos)

❖ Evento.- Es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención, entre otros y que ya sea por las personas que acudirán a la misma o por el valor y la carga emotiva que uno mismo le ponga a una de estas ostentan un carácter de acontecimiento importantísimo e imperdible al cual se debe asistir; entonces, dentro de lo que es un evento nos encontramos con aquellos que se desarrollan en una ocasión especial y que tienen un significado de ritual, ceremonias, entre estos se encuentran: el bautismo, un funeral, una boda, un nacimiento y una graduación.<sup>14</sup>

También dentro de la larga lista de los eventos están las fiestas, que son ritos sociales en los cuales se festeja un acontecimiento importante, como ser un cumpleaños, un aniversario. Luego, nos encontramos con los festivales que son acontecimientos o celebraciones que cuentan con la organización de la comunidad o municipio de un lugar determinado y pueden ser de música, étnicos, de las artes, de cine, de teatro, literario, alternativo, entre otros.

Y finalmente, entre los eventos más salientes, se encuentra la convención, que es la reunión de especialistas o fanáticos de un tema determinado que fijan un punto y una fecha de encuentro para intercambiar ideas, análisis, opiniones, materiales sobre el tópico en cuestión.

❖ Factibilidad.- Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

El estudio de factibilidad, es una de las primeras etapas del desarrollo de un sistema informático, el cual incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual. A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada uno de los diferentes tipos de factibilidades.

---

<sup>14</sup> Internet: <http://www.definicionabc.com/social/evento.php>

❖ Gestión.- La gestión es quizá uno de los elementos más abstractos contenidos dentro del argot gerencial moderno. Anteriormente, manejar una empresa se resumía en el cumplimiento de varios procesos administrativos fundamentales y muy precisos, a través de los cuales era posible convertir los recursos de la empresa en productos. Entender la gestión a la luz de planificar, ejecutar, dirigir, controlar y evaluar provee una visión bastante elemental, que deja de lado una diversidad de aspectos involucrados en la coordinación de grupos humanos y recursos limitados para alcanzar objetivos.<sup>15</sup>

❖ Micro empresa.- Es una organización económica en donde laboran sus mismos dueños y además el número de trabajadores no excede de 10 trabajadores o empleados.<sup>16</sup>

La micro empresa no tiene una incidencia significativa en el mercado; es decir que no venden en grandes volúmenes por lo que predomina la mano de obra y además no requiere de grandes sumas de capital.

❖ Oferta.- Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para comparar lo que sea, en un determinado momento.

Oferta también se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos; está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros.<sup>17</sup>

❖ Precio.- Se denomina precio al valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo, etc.

---

<sup>15</sup> Internet: <http://www.entorno-empresarial.com/imprimir.php?id=5>

<sup>16</sup> Internet: <http://www.monografias.com/trabajos11/pymes/pymes.shtml>

<sup>17</sup> Internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>

❖ Proyecto.- Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definidos.

❖ Servicio.- Es el conjunto de acciones o actividades de carácter misional diseñadas para incrementar la satisfacción del usuario, dándole valor agregado a las funciones de la entidad.

## **1.5. MARCO TEMPORAL Y ESPACIAL**

Creación de un micro emprendimiento dedicado a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales para las madres de los niños y jóvenes con capacidades diferentes; en la provincia de Pichincha al sur de Quito, en el período de 2010.

## **1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

Para esta investigación se utilizará un método descriptivo, debido a que este se dirige a las condiciones dominantes que permitirán determinar el estado actual del objeto de estudio. Para ello se considera necesario conocer el siguiente tipo de información: conocimiento de las condiciones actuales del mercado dedicado a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales, la clarificación de los objetivos y metas para este tipo de negocio, la opinión de expertos, datos estadísticos que nos permitan establecer el grado de competencia, la demanda; entre otros.



## **1.6.2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Esta investigación se sustentará mediante la aplicación de técnicas secundarias como son las entrevistas a expertos y encuestas a futuros consumidores quienes nos permitirán establecer la aceptación y demanda de los productos en el sur de Quito.

Los instrumentos a utilizar son: la observación, datos estadísticos, entrevistas, encuestas, herramientas multimedia; entre otros elementos que sustenten el objeto de estudio.

## **CAPITULO II**

### **DIAGNOSTICO SITUACIONAL**

El presente capítulo tiene como objetivo investigar los factores internos y externos que inciden directamente en el mercado de la ciudad de Quito respecto de la creación de un micro emprendimiento dedicado a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.

Cabe mencionar que la micro empresa se constituye como la mayor fuente generadora de empleo, la cual a su vez se caracteriza por tener entre cuatro y nueve empleados. Por otra parte se puede decir que es un sector importante y crece constantemente, el 35% de las micro empresas pertenece a mujeres y el 45% del total se dedican a actividades comerciales que son las que requieren menor inversión.

Se considera además que el 85% de micro empresas son de subsistencia es decir son aquellas que tienen entre uno y dos empleados y sirven para redondear los ingresos familiares, mientras que el 15% corresponde a empresas de acumulación que tiene entre cuatro nueve trabajadores. Las microempresas ecuatorianas emplean a más de 1 millón de trabajadores con ingresos medios o bajos que representa alrededor del 25% de la mano de obra urbana y un aporte al PIB entre el 10% y 15%. Se puede decir además que las actividades a las que se dedican las microempresas son: 45% al comercio, 20% a servicios 15% a la industria, el 8% al transporte y el 12% a otros sectores.

Como se dijo anteriormente la micro empresa tendrá por finalidad expender arreglos en flores y frutas; por otra parte también se ofrecerá el servicio de decoración para eventos sociales, el mismo que consiste en la organización integral de eventos teniendo en cuenta el gusto y la elección del cliente; adaptando el evento a su personalidad con el fin de identificarlo con su esencia, logrando una fiesta original, ordenada y única para cada evento como puede ser bautizos, cumpleaños, matrimonios, baby shower, quinceañeras, primera comunión; entre otros. Es importante señalar que para que el cliente tenga la posibilidad de elegir se proporcionará un catálogo de tal manera que se pueda ofrecer una gran variedad de productos.

## **2.1. MACRO AMBIENTE**

El Macro ambiente de la empresa está compuesto por las fuerzas que dan forma a las oportunidades o presentan una amenaza para la empresa. Estas fuerzas incluyen las económicas, social y tecnológicas.<sup>18</sup> A continuación se realizará un resumen de cada una de las fuerzas para tener una idea básica de lo que más adelante se tratará a profundidad. El ámbito económico muestra los cambios en el ingreso real y en los patrones de gasto de los consumidores. El entorno demográfico muestra los cambios en la estructura pro edades de la población, los cambios de las familias, los cambios geográficos de la población, los estudios, la burocratización de la población y la gran diversidad étnica y racial. El ambiente natural muestra la futura escasez de ciertas materias primas, el aumento del costo de los energéticos, los altos niveles de contaminación y la intervención del gobierno en la administración de los recursos naturales. El entorno tecnológico muestra la velocidad de los cambios tecnológicos, las infinitas posibilidades de la innovación, los abultados presupuestos para investigación y desarrollo, la búsqueda de pequeñas mejoras y no de avances importantes, así como los múltiples reglamentos para los cambios tecnológicos. El entorno político muestra la cantidad de normas que regulan a las empresas, la aplicación de éstas por oficinas de gobierno y el crecimiento de los grupos de interés público. El entorno cultural muestra tendencias a largo plazo, que buscan un complacencia inmediata, que es la tendencia a la vida; es decir sin complicarse ni adquirir compromisos.

### **2.1.1. ANÁLISIS DEL FACTOR ECONÓMICO**

Consiste en los factores que afectan el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores. El poder de compra depende del ingreso, el precio, los ahorros y el crédito del momento; los mercadólogos deben conocer las principales tendencias económicas, tanto en el ingreso como en los cambiantes patrones de gastos de consumidores.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> [http://victor\\_h.nireblog.com/post/2007/08/25/micro-y-macro-ambiente-de-las-organizaciones](http://victor_h.nireblog.com/post/2007/08/25/micro-y-macro-ambiente-de-las-organizaciones)

<sup>19</sup> <http://www.monografias.com/trabajos22/factores-empresa/factores-empresa.shtml>

### 2.1.1.1. ANALISIS DEL PIB

El Producto Interno Bruto es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado, dentro de las fronteras de un país.<sup>20</sup>

En otras palabras se puede decir que el PIB es el indicador más relevante para la economía de un país, el cual mide la cantidad de productos y servicios producidos dentro de un periodo de tiempo.

**CUADRO No. 1**  
**PRODUCTO INTERNO BRUTO ANUAL**  
**PERIODO 2005 -2010**  
**(EN DOLARES)**

PERIODO	PIB	TASA DE VARIACIÓN
2005 (sd)	20.965.934	5,74
2006 (sd)	21.962.131	4,75
2007 (p)	22.409.653	2,04
2008 (p*)	24.032.490	7,24
2009 (p*)	24.119.453	0,36

**FUENTE:** Banco Central del Ecuador

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

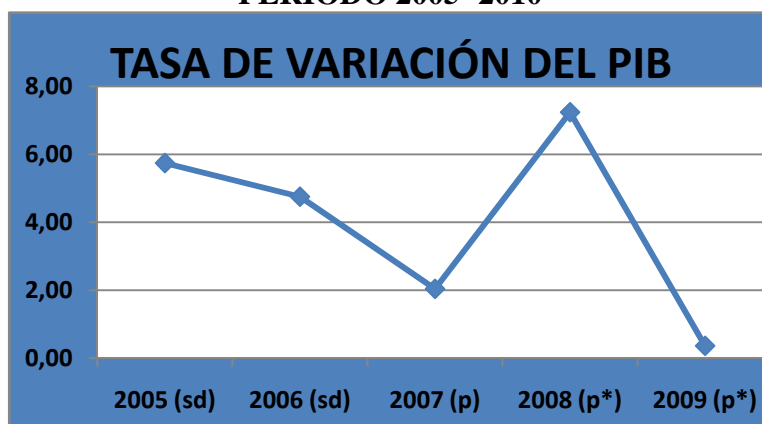
De acuerdo a los datos reflejados en el cuadro No. 1 se puede decir que en el año 2009 el PIB ha tenido un incremento de \$86.963 dólares; lo que quiere decir que la economía goza de mayores ingresos; que a su vez permite que el consumo de la población se incremente de forma general, esto influye positivamente en la factibilidad de la creación de la micro empresa.

Cabe mencionar que los valores de los años 2008 y 2009 son provisionales debido a que han sido calculados a través de la sumatoria de Cuentas Nacionales Trimestrales; mientras que los datos de los años 2005 y 2006 actualmente están considerados como semidefinitivos; de acuerdo a la información proporcionada por el Banco Central del Ecuador.

---

<sup>20</sup> [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=prevision\\_pib](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=prevision_pib)

**GRÁFICO No. 1**  
**PRODUCTO INTERNO BRUTO ANUAL**  
**PERIODO 2005 -2010**



**FUENTE:** Banco Central del Ecuador  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en el gráfico No. 1 la tasa de variación del PIB en el año 2008 ha tenido un incremento del 7,24% en relación a los demás años; mientras que para el 2009 la tasa de variación decreció significativamente representando el 0,36. Cabe mencionar que los datos reflejados en los cuadros son proyectados.

Por lo tanto se puede decir que el Ecuador en el 2009 ha tenido una participación en la producción; empleando los recursos humanos, capital, aprovechamiento de los recursos naturales; lo que a su vez genera mayores fuentes de empleo.

Cabe recalcar que si el PIB decrece puede generarse una crisis; como sucedió a finales del 2008, año en el cual se produjo una crisis mundial debido a una baja en las exportaciones y en el precio del barril de petróleo.

#### **2.1.1.2. PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD**

La relación del PIB Total frente a un sector determinado de la economía muestra la participación de ese sector en el total de producción de bienes y servicios del país. Según datos proyectados por el Banco Central del Ecuador reflejados en la tabla No. 2 podemos decir que la rama que mayores ingresos ha tenido en el 2009 es la de otros servicios con el valor de \$ 3.873.949 dólares; muy seguido de la rama de comercio al por mayor y al por menor la cual reporto el valor de \$ 3.503.293 dólares; sin embargo se

puede decir que la rama de productividad perteneciente a la industria manufacturera no se encuentra muy aislada respecto a las ramas anteriormente mencionadas; la cual para el 2009 reporto el valor de \$ 3.290.210 dólares.

Por su parte la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales pertenece a dos ramas de productividad del PIB; siendo la primera la rama de comercio al por mayor y al por menor puesto que en la micro empresa se expenderá todo tipo de arreglo en flores y frutas; pero a su vez también pertenece a una segunda rama que es la de otros servicios debido a que se ofrecerá adicionalmente el servicio de decoración para todo tipo de evento social.

A continuación se demuestra el comportamiento del Producto Interno Bruto por ramas de actividad:

**CUADRO No. 2**  
**PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD**  
**PERIODO 2005 -2010**  
**(EN DOLARES)**

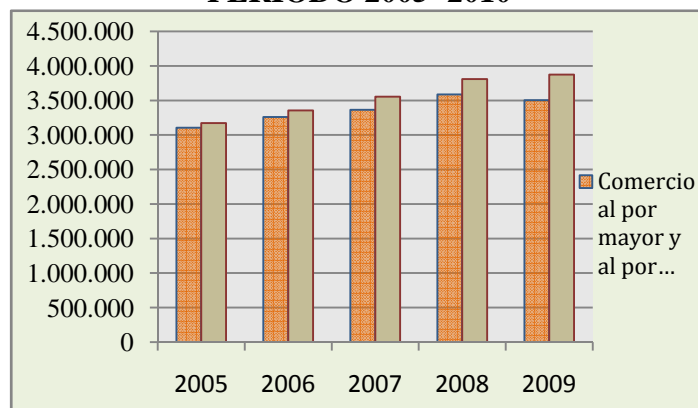
RAMA DE ACTIVIDAD	MILLONES DE DOLARES					TASA DE VARIACIÓN ANUAL				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1.814.314	1.877.165	1.959.415	2.061.756	2.076.144	5,09	3,46	4,38	5,22	0,70
Pesca	330.598	377.318	386.464	411.616	433.814	25,55	14,13	2,42	6,51	5,39
Explotación de minas y canteras	3.224.234	3.339.101	3.061.742	3.061.727	2.961.408	1,74	3,56	-8,31	0,00	-3,28
Industrias manufactureras	2.752.169	2.946.239	3.090.781	3.341.096	3.290.210	9,24	7,05	4,91	8,10	-1,52
(1) Fabricación de productos de la refinación de petróleo	447.512	446.154	430.782	464.617	478.874	-5,84	-0,30	-3,45	7,85	3,07
Suministro de electricidad y agua	172.197	172.993	199.792	240.196	211.002	1,34	0,46	15,49	20,22	-12,15
Construcción	1.795.966	1.863.590	1.865.553	2.123.902	2.238.028	7,35	3,77	0,11	13,85	5,37
Comercio al por mayor y al por menor	3.104.184	3.260.984	3.365.406	3.586.582	3.503.293	5,81	5,05	3,20	6,57	-2,32
Transporte y almacenamiento	1510995	1590241	1639215	1728525	1792316	2,30	5,24	3,08	5,45	3,69

Intermediación financiera	366.299	441.668	477.125	530.785	539.694	18,33	20,58	8,03	11,25	1,68
(2) Otros Servicios	3.172.017	3.354.834	3.555.406	3.808.933	3.873.949	9,39	5,76	5,98	7,13	1,71
(3) Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente	-446.839	-554.967	-619.556	-696.879	-719.179	-8,82	-24,20	-11,64	-12,48	-3,20
Administración pública y defensa	933.259	959.696	1.016.225	1.164.990	1.227.908	1,86	2,83	5,89	14,64	5,40
Hogares privados con servicio doméstico	30.894	31.882	31.908	30.165	30.313	-4,50	3,20	0,08	-5,46	0,49
Otros elementos del PIB	1.758.135	1.855.233	1.949.395	2.174.479	2.181.679	5,12	5,52	5,08	11,55	0,33

**FUENTE:** Banco Central del Ecuador  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en el gráfico tanto la rama de actividad de otros servicios como la del comercio al por mayor y al por menor se han ido incrementando cada año; por lo tanto se puede decir que la micro empresa destinada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales se encuentra ubicada en ramas altamente productivas; las mismas que aportan a la economía de nuestro país debido a que sus rubros reportados en los últimos años por el Banco Central son considerables para el crecimiento del mismo.

**GRÁFICO No. 2**  
**PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD**  
**PERIODO 2005 -2010**



**FUENTE:** Banco Central del Ecuador  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

### 2.1.1.3. ANALISIS DE LA INFLACIÓN

La inflación es el incremento de los precios de la canasta básica; tomando en cuenta que la canasta básica permite establecer los precios promedio tanto del sector urbano como rural.

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.<sup>21</sup>

- **Índice de Precios del Consumidor Urbano.-** Es un número que resume las variaciones de los precios de una canasta de bienes, la cual es representativa del consumo de una familia promedio. El índice es un promedio ponderado de los precios de todos los bienes que componen la canasta. También se puede definir como el promedio ponderado de los precios de los bienes y servicios consumidos por las familias de estratos económicos medios y bajos de las áreas urbanas. En el Ecuador es el principal instrumento para la cuantificación de la inflación (en otros países la medida de inflación puede ser el índice de precios al productor o al por mayor).

La canasta de bienes y servicios que es investigada mensualmente para identificar las variaciones de los precios, surge de una encuesta que durante 12 meses se realiza a las familias del área urbana del país representativas de los estratos económicos medios y bajos.<sup>22</sup>

Cabe recalcar que la economía mundial está empezando a salir de una recesión sin precedentes y por lo tanto se prevé que la recuperación será lenta. Ahora se proyecta que en los años 2009 y 2010 el crecimiento económico será medio punto porcentual mayor que lo previsto. Las condiciones financieras han mejorado más de lo esperado, sobre

---

<sup>21</sup> [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=prevision\\_pib](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=prevision_pib)

<sup>22</sup> <http://www.bce.fin.ec/pregun1.php>



todo gracias a la intervención pública, todo indica que el ritmo de contracción de la actividad económica está moderándose.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida.<sup>23</sup>

En el siguiente cuadro se establecerá la variación de la tasa de inflación anual:

**CUADRO No. 3**  
**INFLACION ANUAL**  
**PERIODO 2005 -2010**

PERIODO	INFLACIÓN
2005	2,12%
2006	3,30%
2007	2,28%
2008	8,39%
2009	5,20%

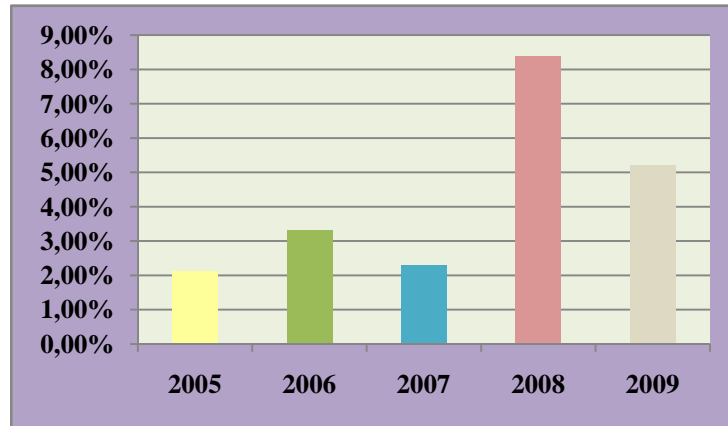
**FUENTE:** Banco Central del Ecuador  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Al examinar el periodo 2005 – 2009 en cuanto a la inflación se observa que en el año 2005 la tasa es del 2,12%; sin embargo existe un incremento del 8,39% en el 2008 y para el 2009 tiende a bajar en 5,20%. Esta tendencia hacia la baja representa una mejoraría en los ingresos de las personas como consecuencia de la baja de los precios de los bienes; por otra parte se puede decir que esta situación es una oportunidad para las micro empresas debido a la baja de precios de los insumos para la producción.

---

<sup>23</sup> [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=prevision\\_pib2.php](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=prevision_pib2.php)

**GRÁFICO No. 3  
INFLACIÓN ANUAL  
PERIODO 2005 -2010**



**FUENTE:** Banco Central del Ecuador  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede apreciar en el gráfico No. 3 durante el período de estudio el año que tuvo un mayor incremento de la inflación fue el 2008; debido a que en ese lapso se enfrentó una crisis financiera internacional, lo que a su vez provocó una inestabilidad económica en nuestro país; por lo tanto se puede decir que aunque para el 2009 la inflación decreció se aspira que para el 2010 no exista una variación exagerada debido a que afecta directamente a los consumidores.

#### **2.1.1.4. ANALISIS DE LAS TASAS DE INTERES**

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.

Existen dos tipos de tasas de interés:

**2. Tasa pasiva o de captación.-** Es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado.

**3. Tasa activa o de colocación.-** Es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir

los costos administrativos, dejando además una utilidad. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se llama margen de intermediación.<sup>24</sup>

La fijación de las tasas de interés depende de las principales variables macroeconómicas que son utilizadas como parte fundamental de las políticas económicas y financieras que aplican todos los países. La fijación de la tasa de interés en el régimen de dolarización fue basado en fórmulas que tomaban en cuenta las tasas activas referenciales de las operaciones bancarias.

**CUADRO No. 4**  
**TASAS DE INTERÉS ACTIVAS MÁXIMAS POR LINEA DE**  
**SEGMENTO**  
**PERIODO 2007 -2009**

TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL	AÑOS		
	2007	2008	2009
Comercial Corporativo	10,89%	10,74%	9,26%
Comercial PYMES	14,17%	13,82%	11,20%
Vivienda	11,50%	12,37%	10,11%
Consumo	17,82%	18,43%	15,69%
Consumo Minorista	25,92%	22,37%	18,53%
Microcrédito acumulación ampliada	23,06%	22,38%	22,05%
Microcrédito acumulación simple	31,41%	31,19%	28,88%

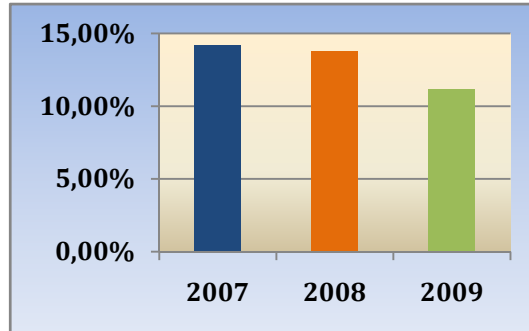
**FUENTE:** Superintendencia de Bancos y Seguros  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

De acuerdo a lo propuesto en el cuadro No.4, se puede decir que la tasa de interés del sector Comercial PYMES en el año 2007 fue de 14,17; siendo el más elevado con relación a los años siguientes. Lo mismo ha ocurrido con el Microcrédito de acumulación ampliada y el Microcrédito de acumulación Simple; los cuales en el 2007 han tenido un porcentaje del 23,06% y 31,41% respectivamente. Para comprender de mejor manera el segmento al cual pertenece la micro empresa se establece a continuación su definición planteada por el Banco Central:

<sup>24</sup> <http://www.bce.fin.ec/pregun1.php>

- Comercial PYMES.- Operaciones de crédito dirigidas a actividades productivas, otorgadas a sujetos de crédito cuyas ventas anuales sean iguales o superiores a USD 100 mil, e inferiores a los niveles de ventas mínimos del segmento corporativo.

**GRÁFICO No. 4**  
**TASAS DE INTERÉS: COMERCIAL PYMES**  
**PERIODO 2007 – 2009**



**FUENTE:** Banco Central del Ecuador  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Cabe mencionar que la micro empresa de productos y servicios de decoración para eventos sociales se encuentra incluida en el segmento de Comercial PYMES; el cual para el año 2009 equivale a 11,20%. Por lo cual se puede decir que aunque decreció el porcentaje en relación a los años anteriores aún resulta elevado para los pequeños comerciantes; por lo tanto endeudarse en una pequeña empresa es muy difícil lo que significa que existe una amenaza para las micro empresas.

## **2.1.2. ANALISIS DEL FACTOR SOCIAL**

### **2.1.2.1. DATOS DEMOGRÁFICOS**

La demografía es el estudio estadístico de una colectividad humana, referido a un determinado momento o a su evolución.<sup>25</sup>

<sup>25</sup> <http://es.mimi.hu/economia/demografia.html>

Cabe recalcar que es necesario conocer la población a la que se pretende acceder con la creación de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; puesto que esto nos permite tener una idea del lugar al que se pretende acceder y por lo tanto determinar que tan factible es la posibilidad de captar un mercado.

A continuación se detallará un cuadro; el cual está clasificada la población urbana por regiones y provincias; cabe mencionar que por su parte la micro empresa se establecerá en la provincia de Pichincha la misma que cada año ha se ha ido incrementando y que para el 2010 está estimada en 1.985.981 habitantes; por lo tanto en comparación con las otras provincias se puede determinar que es la provincia más poblada del Ecuador.

**CUADRO No. 5**  
**POBLACIÓN TOTAL DEL ÁREA URBANA**  
**PERIODO 2005 – 2010**

REGIONES Y PROVINCIAS	PERÍODO EN AÑOS					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL PAÍS	8.378.469	8.580.089	8.785.744	8.993.795	9.202.590	9.410.481
REGIÓN SIERRA	3.428.748	3.519.957	3.614.058	3.708.968	3.803.911	3.897.956
PICHINCHA	1.863.584	1.888.035	1.911.806	1.936.194	1.960.931	1.985.981
REGIÓN COSTA	4.678.467	4.775.722	4.871.452	4.970.376	5.071.320	5.173.880
REGIÓN AMAZÓNICA	253.150	265.815	281.112	294.851	307.336	318.261
REGIÓN INSULAR	18.104	18.595	19.122	19.600	20.023	20.384

**FUENTE: INEC**

**ELABORADO POR: Autora de Tesis**

Como se puede observar en el cuadro la región más poblada del Ecuador en el 2010 es la región costa con 5.173.880 de habitantes, tomando en cuenta que la provincia más poblada de esta región es el Guayas; posteriormente se encuentra la región sierra con 3.897.965 de habitantes considerando que la provincia más poblada de esta región es la de Pichincha.

### 1.1.2.2.PEA

La población Económicamente Activa es parte de la población total que participa en la producción económica. En la práctica, para fines estadísticos, se contabiliza en la PEA a todas las personas mayores de una cierta edad que tienen Empleo o que, no teniéndolo, están buscándolo o a la espera de alguno. Ello excluye a los pensionados y jubilados, a las amas de casa, estudiantes y rentistas así como, por supuesto, a los menores de edad.<sup>26</sup>

Si se calcula el porcentaje entre la PEA y la población total se obtiene la tasa de actividad general de un país. Cuando un país tiene altas tasas de Crecimiento demográfico la tasa de actividad suele ser baja, pues existe un alto número de menores de edad y estudiantes en relación al total. Se puede decir que esto ocurre frecuentemente en los países menos desarrollados, como producto de la llamada transición demográfica, constituyéndose en una traba para alcanzar un mayor crecimiento económico, pues las personas que laboran tienen que producir directa o indirectamente para un gran número de personas que no generan Bienes.

La PEA de Ecuador es decir, el grupo de personas que están cumpliendo alguna actividad productiva está comprendida entre las edades de 5 y 65 años. Sin embargo, existe una cifra elevada de niños mayores de cinco años que trabajan en el campo o en la ciudad; hecho que ha considerado el INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos) en los censos realizados.

**CUADRO No. 6**  
**POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**  
**PERIODO 2010**

<b>PEA POR REGIÓN</b>	<b>PERSONAS</b>
Nacional Urbano	4.601.165
Sierra	1.943.336
Costa	2.551.570
Amazonía	106.260

**FUENTE:** INEC

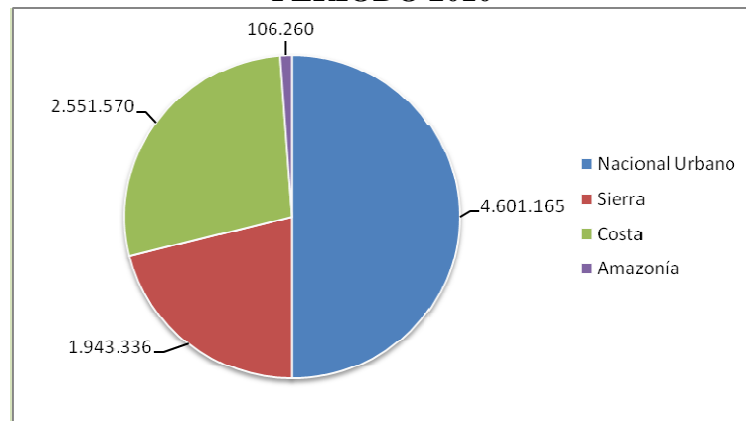
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

<sup>26</sup> [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/POBLACION\\_ECONOMICAMENTE\\_ACTIVIA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/POBLACION_ECONOMICAMENTE_ACTIVIA.htm)

La realidad del país demuestra que 1.043.336 de habitantes de la sierra están económicamente activos, es decir que se encuentran en capacidad de laborar. Cabe recalcar que debido a la situación económica que atraviesa el país estas personas por lo general están desempleadas puesto que no existen suficientes fuentes laborales.

Por otra parte se puede decir además existe una gran influencia entre las variables género y ocupación, cuya tendencia en los últimos años ha tenido notables cambios. La incorporación de la mujer en el campo laboral ha cambiado las perspectivas en las décadas recientes; debido a que un gran porcentaje de la fuerza de trabajo del país proviene de la mujer. Esto se debe a la intensificación de la educación formal, al nuevo horizonte laboral de la mujer y a la necesidad de llevar ingresos adicionales al hogar.

**GRÁFICO No. 5**  
**PEA POR REGIONES**  
**PERIODO 2010**



**FUENTE:** INEC  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en el gráfico No. 5; la región costa tiene mayor número de habitantes que se encuentran en condiciones de laborar pero que desafortunadamente no poseen un empleo fijo sino mas bien por horas; sin embargo podemos notar no se encuentran tan aislada como es el caso de la región amazónica la misma que tiene menor número de habitantes que pertenecen a la población económicamente activa.

En cuanto a la PEA por rama de actividad se puede decir que en algunas labores, como en la agricultura, la mujer es quien dedica la mayor parte de su tiempo a este trabajo, aunque aparecen los hombres con mayor porcentaje de ocupados en esta rama. En otras actividades como la industria, el comercio y los servicios, el porcentaje de hombres y mujeres es casi igual. En algunas áreas de trabajo, se demuestra la diferencia de género en cuanto a la posibilidad de acceso femenino a ellas. Además, se evidencian las dificultades que las mujeres han encontrado para abrirse campo en las tareas tradicionalmente masculinas, lo que ha significado que muchas permanezcan relegadas a actividades menos remuneradas. Tiene mucha importancia, como factor determinante, el nivel de instrucción de cada género.

### **2.1.3. ANALISIS DEL FACTOR TECNOLÓGICO**

El factor tecnológico es un elemento a considerar permanentemente; puesto que la fusión de las empresas motrices y el constante progreso tecnológico hace que la mano de obra sea menos requerida en alta tecnología, desplazándose grandes masas hacia trabajos informales o de carácter precario. El saber hacer y el conocimiento aplicado es un nuevo factor de producción, a través del progreso tecnológico el hombre ha sido capaz de diversificar y ampliar sus horizontes, llegar cada día más rápido, mejor y más eficientemente en la búsqueda de sus objetivos.<sup>27</sup>

Se puede decir que a través de los avances tecnológicos, la humanidad ha mejorado su nivel de producción cada día más generando mayor competitividad para las empresas; sin embargo hay que considerar que existen un desplazamiento de la mano de obra lo que genera para la empresa una ventaja debido que disminuye los gastos de salarios; pero para las personas el avance de la tecnología les representa una desventaja puesto que obviamente su mano de obra está siendo desplazada.

Cabe recalcar que la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales no requiere de tecnología para su producción debido

---

<sup>27</sup> <http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/32/facproduc.htm>



a que los productos no pueden ser almacenados por mucho tiempo por lo tanto no resulta conveniente para la micro empresa producir en grandes cantidades. Por otra parte cabe recalcar que la producción de la micro empresa debe ser artesanal debido a que sus productos son delicados e inclusive hasta comestibles como es el caso de los arreglos de frutas.

## **2.2. MICRO AMBIENTE**

El micro ambiente está integrado por actores y fuerzas cercanas a la empresa capaces de afectar su habilidad de servir a sus clientes. Los actores incluyen a la empresa, los proveedores, los intermediarios del mercado, los clientes y el público.<sup>28</sup>

A continuación se realizará un estudio de las cinco fuerzas de Michael Porter; con el fin de determinar la rentabilidad de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; considerando que dicha herramienta nos permitirá realizar una evaluación tanto cuantitativa como cualitativamente.

### **2.2.1. AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES**

A continuación se realizará un análisis para determinar que tan factible resulta que otras personas instalen una micro empresa que brinde los mismos productos y servicios como son arreglos en flores, frutas y decoración para eventos sociales; para lo cual se propone un cuadro en el cual se establece calificaciones que irán del 1 al 5; tomando en cuenta que 1 es bajo, 3 medio y 5 alto.

Por otra parte cabe recalcar que a continuación se realizará una breve descripción de los factores analizados en el cuadro No. 7; con el fin de determinar los parámetros bajo los cuales se realizó la evaluación. Inicialmente se establece la diferenciación constante de los productos y servicio; en el cual se toma en cuenta si existe la posibilidad de que los mismos modelos de arreglos florales puedan ofrecer los posibles competidores.

---

<sup>28</sup> <http://www.monografias.com/trabajos22/factores-empresa/factores-empresa.shtml>

Seguidamente se considera los requisitos de capital; en donde se evalúa el monto que se requiere invertir para el establecimiento de este negocio, además se analiza si los precios de los productos y servicios a ofrecer son altos o bajos y adicionalmente se verifica el grado de competencia existente para este tipo de negocio.

En cuanto a los costos cambiantes de los productos y servicios; básicamente se hace refiere a la posibilidad que existe de sustituir los productos y servicios que ofrece la micro empresa por productos similares. Por otra parte también se analizó el acceso a canales de distribución; así como los requisitos legales, los mismos que hacen referencia a los requisitos, permisos y trámites legales para el establecimiento del negocio.

Finalmente se analiza la lealtad del cliente por la competencia; la misma que hace referencia específicamente a que si existe ya en el mercado objetivo alguna empresa con el mismo fin comercial posicionada fuertemente, de tal manera que tenga clientes fijos los cuales difícilmente los sustituyan.

**CUADRO No. 7  
BARRERAS DE ENTRADA**

<b>BARRERAS DE ENTRADA</b>	<b>CALIFICACION</b>
Diferenciación constante de los productos y servicios	2
Requisitos de capital	3
Costo cambiante de los productos y servicios	4
Conocimientos especializados	3
Acceso a canales de distribución	4
Requisitos legales	3
Economías a escala	3
Procesos de producción	3
La lealtad del cliente por la competencia	3
<b>PROMEDIO</b>	<b>3,11</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

La evaluación realizada, respecto a la barrera entrada de nuevos competidores al mercado de servicio de floristerías, evidencia que el ingreso de nuevos competidores representa una amenaza media, lo que a su vez refleja una amenaza para la micro empresa ya que al no existir barreras de entradas altas para este tipo de negocios resulta

una idea fácil de copiar e igualar. Por lo que se puede decir que la mejor estrategia a utilizar en la micro empresa sería la diferenciación del servicio de entrega a domicilio puesto que si bien es cierto en pocas floristerías del sur de Quito si existe el servicio a domicilio aún no está impuesta la idea del servicio de ir a cobrar a domicilio para el caso de las personas que realicen el pedido por medio de catálogo y no dispongan de tarjeta de crédito y por otra parte como un factor de distinción de la competencia es la innovación de los arreglos tanto en flores como en frutas; debido a que constantemente se deberá ofrecer modelos nuevos y sobre todo que estén acorde a la ocasión.

Cabe recalcar que una de las barreras que más alto puntaje tiene es la barrera de costo cambiante de los productos y servicios, debido a que el costo de la materia prima que más utilizará la micro empresa y que son las flores cambian de precios constantemente dependiendo de la temporada, condiciones climáticas; entre otros factores.

Otro factor que tiene puntaje alto en relación a los demás factores analizados es el acceso a canales de distribución ya que si bien es cierto que en el sector sur no existen floristerías reconocidas como en el sector norte de la ciudad de Quito; si existen una gran diversidad de floristerías ubicadas en sitios estratégicos como es el Pintado, la calle “J”, la Villaflora y demás sectores del sur de Quito que resultan ser los más comerciales.

Por otra parte se puede decir que la barrera que más bajo puntaje tiene es la de diferenciación constante de productos y servicios, debido a que si bien es cierto que existe una gran diversidad de arreglos en flores los mismo tienen un proceso de producción similar y simplificado; lo cual para la micro empresa representa un desventaja ya que fácilmente los modelos de arreglos florales creados por la micro empresa pueden ser producidos por otras.

### **2.2.2. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES ACTUALES**

A continuación se realizará un análisis para determinar que tan factible resulta que los competidores ya existentes generen una gran amenaza para la micro empresa que se va a

establecer; para lo cual se propone un cuadro en el cual se establece calificaciones que van del 1 al 5; tomando en cuenta que 1 es bajo, 3 medio y 5 alto.

**CUADRO No. 8  
RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES ACTUALES**

<b>FUERZAS DE MERCADO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
La rivalidad se intensifica cuando hay muchos competidores o igualmente equilibrados.	4
La rivalidad se intensifica cuando los costos fijos y de almacenamiento son elevados.	3
La rivalidad se incrementa por falta de diferenciación o costos cambiantes.	4
<b>PROMEDIO</b>	<b>3,67</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en el cuadro No. 8 la evaluación indica que la rivalidad entre competidores actuales del mercado se puede constituir en un factor de impacto medio, puesto que la diferenciación por parte del consumidor respecto del producto, desarrolla la competencia entre empresas.

Cabe mencionar que en la actualidad no basta con comprender a los clientes, sino también es necesario estudiar a los competidores ya que pueden resultar una gran amenaza para el negocio.

Como se ha mencionado en el capítulo anterior, la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales se establecerá en el sector sur de la ciudad de Quito; por lo cual se realizará un estudio de los competidores de ese sector pero también se estudiará a los competidores del sector norte ya que si bien es cierto que no serian competidores directos para la micro empresa no dejan de ser representativos puesto que un cliente que no logre satisfacer sus expectativas de compra en las floristerías del sur de Quito, acudirá al sector norte con tal de cumplir a cabalidad sus expectativas.

A continuación se presenta las floristerías más reconocidas tanto del sur como del norte de Quito:

**CUADRO No. 9  
FLORISTERÍAS DEL SUR Y NORTE DE QUITO**

<b>SUR DE QUITO</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>SECTOR</b>
Bryan Floristería	El Pintado
Arreglos Florales	Calle "J"
El Rosal	El Pintado
Los Girasoles	Quito Sur
Florería Emily	El Pintado
Floristería Estefany	Calle "J"
Florería América	Villaflora
Floristería Carolina	Villaflora
Detalles y Rosas	Villaflora

<b>NORTE DE QUITO</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>SECTOR</b>
Amazonas Floristería	6 de Diciembre
Mitra	Rep. De el Salvador
Arte Flor	América
Bocatá	Mariana de Jesús
El Racimo	6 de Diciembre
Estatus Floristería	La "Y"
Florería Jardín	Amazonas
Flor Fashion´s	Eloy Alfaro
La Orquídea	Diego de Almagro

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Cabe recalcar que existe una gran variedad de floristerías en la ciudad de Quito pero se ha tomado en cuenta para este cuadro las más reconocidas en el caso del sector norte y las que se encuentran en lugares más comerciales en el caso del sector sur.

Por otra parte se puede decir que las floristerías del norte son las que más brindan el tipo de productos y servicios que se aspira brindar en la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; ya que si bien

es cierto al sur hay floristerías estas no ofrecen arreglos en frutas de modelos novedosos y llamativos, por otra parte pocas son las floristerías al sur que ofrecen el servicio de decoración para eventos sociales, entre otros factores que distinguen a las floristerías del sur con las del norte de Quito.

A continuación se evaluará a la actual competencia en base al establecimiento de factores relevantes:

**CUADRO No. 10  
EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA ACTUAL**

FACTORES	SECTOR SUR				SECTOR NORTE			
	BRYAN	EL ROSAL	ARREGLOS FLORALES	ESTEFANY	MITRA	ESTATUS FLORISTERÍA	BOCATÁ	EL RACIMO
Calidad de los productos ofertados	3	5	4	3	5	3	4	4
Costos de los productos	4	5	3	4	5	5	5	4
Innovación de productos ofertados	3	4	2	1	4	5	5	3
Variedad de productos	2	3	1	1	5	4	5	4
Ubicación	3	5	4	3	4	4	5	5
Imagen del local	3	4	2	2	5	4	5	4
Atención del personal	2	4	1	2	5	2	5	4
Promociones	2	3	1	1	2	3	2	3
Disponibilidad de catálogos	1	4	2	1	5	5	5	5
Atención permanente	4	5	3	3	5	5	5	5
Tiempo de entrega de los productos	3	5	3	4	4	5	5	4
Valor agregado para clientes potenciales	1	3	1	1	5	4	5	4
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>50</b>	<b>27</b>	<b>26</b>	<b>54</b>	<b>49</b>	<b>56</b>	<b>49</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Para la elaboración del cuadro No. 10 se tomó en cuenta las floristerías anteriormente mencionadas y que además son las más visitadas por los clientes. En base a la comparación se puede determinar que la empresa que se encuentra mejor consolidada y establecida al sur de Quito es “El Rosal”; debido a que tiene un catálogo de los diversos tipos de arreglos que ofrecen, brinda servicio a domicilio y además brinda el servicio de decoración para eventos sociales, factores que las demás floristerías del sur no disponen y que generalmente las personas prefieren al momento de comprar. Y por su parte la más

endeble es “Floristería Estefany”; mientras que en el norte de Quito la floristería más fuerte es “Bocatá” y la más débil es “estatus Floristería” y “El Racimo”.

Cabe recalcar que el análisis horizontal nos permitirá identificar el mejor modelo de gestión de las empresas estudiadas para poder copiar, mejorar e igualar el modelo propuesto en el presente trabajo. Por lo tanto se determina que la atención permanente es una estrategia muy utilizada por los competidores puesto que cumplen a cabalidad con los horarios de atención que han dado a conocer a sus clientes. Otro factor relevante es el precio, pero hay que considerar que este no es fiable debido a que es una estrategia que la competencia fácilmente puede igualar, además es importante recalcar que los precios de los productos de las floristerías del sur de Quito son mucho más económicos que los precios propuestos por las floristerías del norte debido a que en este sector las personas al momento de comprar ponen más énfasis en el diseño y calidad del producto exigiendo siempre los mejores tipos de flores, mientras que en el sur las personas optan por un producto bien elaborado sin considerar el tipo de flores que contiene el arreglo sino más bien se fijan en el modelo y en el precio.

### **2.2.3. AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS**

Un sustituto es todo aquel producto o servicio que satisfaga de la misma forma o de una similar las necesidades que tu producto satisface, o que genera un valor que genere el mismo impacto y resultado que tu producto.<sup>29</sup>

Cabe mencionar que la micro empresa tiene por finalidad ofrecer a sus clientes la facilidad de armar el arreglo floral de acuerdo a la ocasión o preferencia personal de cada cliente, para lo cual proporciona un catalogo; además los arreglos pueden ser complementados con arreglos como peluches, chocolates, frutas, globos, etc.

Por otra parte se puede decir que los ecuatorianos somos personas cálidas y sensibles y por ende las festividades son celebradas independientemente de la situación económica; por lo tanto se puede decir que este tipo de detalles no son fácilmente sustituidos.

---

<sup>29</sup>Marketing Estratégico: Pest, Roger O; 4ta. Edición; Madrid; Pearson Education 2007.

Sin embargo se consideran como productos sustitutos de este tipo de detalles a las flores artificiales, las manualidades hechas en fomix y los objetos de cerámica. A continuación se realizará un cuadro para determinar el impacto que generan estos productos sustitutos para la micro empresa que se va a establecer; para lo cual se establece calificaciones que van del 1 al 5; tomando en cuenta que 1 es bajo, 3 medio y 5 alto.

**CUADRO No. 11  
PRODUCTOS SUSTITUTOS**

<b>FACTORES</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
Alta participación en el mercado	3
Grado similar de satisfacción	3
Costos bajos de sustitutos	5
Gran variedad de sustitutos	2
Costos de fabricación menores	3
<b>PROMEDIO</b>	<b>3,2</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Cabe recalcar que este análisis se hizo tomando en consideración cinco factores; los cuales se explicarán a continuación con el fin de comprender bajo que parámetros se hizo la evaluación:

- Alta participación en el mercado: Se enfoca precisamente en el grado de aceptación de estos productos en los clientes, de tal manera que su índice de consumo sea igual o superior al consumo de los arreglos de flores o frutas.
- Grado similar de satisfacción: Considerando que los arreglos tanto de flores como de frutas no generan el mismo grado de satisfacción que algún producto sustituto ya que el significado de estos no representan lo mismo para las personas.
- Costos bajos de sustitutos: Se refiere a la posibilidad de que exista un producto sustituto de un costo más bajo que el de los arreglos tanto de flores como de frutas y cabe mencionar que es en este factor en donde el puntaje es mayor debido a que si existen materiales que pueden llegar a ser sustitutos y que tengan menor precio.
- Gran variedad de sustitutos: Se enfoca a la diversidad de productos que los clientes pueden adquirir reemplazando a los arreglos de flores o frutas, pero en la actualidad no



se puede establecer con precisión un detalle que sustituya a las flores por que más allá de sus costos equivale el significado de las mismas para las personas.

➤ Costos de fabricación menores: En relación de los productos sustitutos con los arreglos de flores y frutas; considerando que para elaboración de arreglos florales se requiere obviamente de flores las cuales no tiene costos fijos debido a que pueden varían por factores como los climáticos por ejemplo.

Como se puede apreciar en el cuadro No. 11 el promedio que se obtuvo del análisis de los productos sustitutos anteriormente mencionados es medio; por lo tanto se puede decir que no representan una amenaza para la micro empresa ya que no generan el mismo grado de satisfacción que los productos realizados con flores naturales y demás objetos que permiten que el detalle se vea mejor.

#### **2.2.4. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES**

Los proveedores son todas aquellas empresas o individuos que proporcionan los recursos requeridos por la empresa para producir sus bienes y servicios.

Resulta importante analizar este aspecto debido a que de este depende el precio de los bienes y servicios que va a ofrecer la micro empresa; cabe recalcar que la escasez de la materia prima pueden interferir con el cumplimiento de las entregas a los clientes y pueden dar lugar a pérdida de ventas a corto plazo y lesionar la confianza del cliente a largo plazo.

El “poder de negociación” se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder de que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Fundamentos del Marketing: KLOTTER, Philip, ARMSTRONG, Gary; 8va Edición; México – Pearson Education 2008.

A continuación se realizará un análisis para determinar el poder de negociación de los proveedores y que impacto generan para la micro empresa que se va a establecer; para lo cual se propone un cuadro en el cual se establece calificaciones que van del 1 al 5; tomando en cuenta que 1 es bajo, 3 medio y 5 alto.

**CUADRO No. 12  
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES**

<b>FUERZAS DE MERCADO</b>	<b>PUNTAJE</b>
Existen diversos Proveedores para el mercado de flores	5
La localización de los proveedores es adecuada.	3
Diferenciación de precios entre proveedores	2
Ofrecen productos diferenciados de floristería	2
Costo de cambio del Proveedor	3
Integración hacia atrás (crear competencia)	1
<b>PROMEDIO</b>	<b>2,67</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede apreciar en el cuadro No. 12 el promedio que se obtuvo del análisis del poder de negociación de los proveedores es medio; por lo tanto se puede decir que no representan una amenaza para la micro empresa ya que la misma no depende de un solo proveedores sino dispone de una gran alternativa de proveedores de flores que pueden ofrecer diversos beneficios.

Cabe recalcar que el factor de puntaje más alto es la diversidad de proveedores en el mercado de flores, ya que al ser nuestro país uno de los más grande productores de flores nos permite tener la opción de elegir un proveedor y no depender del mismo puesto que nos resultaría fácil reemplazarlo. En cuanto a la localización de los proveedores se puede decir que se evaluó con un puntaje de 3 debido a que la ubicación de los mismos generalmente es distante de Quito como por ejemplo Machachi, Santo Domingo; entre otros.

Por otra parte también se analizó la diferenciación de precios de los proveedores de flores por lo que se puede decir que el puntaje es mínimo ya que los costos no varían mucho entre los diversos proveedores. Además se analizó el costo de cambio de proveedor el cual se evaluó con un puntaje medio ya que no sería difícil para la micro empresa optar por otro proveedor debido a que como se dijo anteriormente los precios entre proveedores no varía significativamente sin embargo puede representar una dificultad el cambio por los beneficios y facilidades de pago que ofrezca un proveedor y que obviamente no ofrecerán otros proveedores.

Y por último se analizó la posibilidad de que exista una integración hacia atrás; lo cual se considera como una mínima amenaza para la micro empresa debido a que los principales proveedores de flores además de proveer a las floristería se dedican a exportar este producto lo que a su vez les genera mayores ingresos.

Es importante recalcar que la micro empresa requiere de proveedores de insumos y herramientas para la producción de arreglos en flores. Pero además para los arreglos con fruta requiere la atención de otros proveedores; es por eso que a continuación se detallara las diferentes alternativas de proveedores existentes para cada tipo de herramienta o insumo.

## ❖ INSUMOS

### A. FLORES:

Se puede decir que el mercado de flores es bastante amplio por lo que resulta ventajoso para la micro empresa, debido a que no depende de un solo proveedor; a demás cabe recalcar que en la ciudad de Quito hay varias florícolas que pueden proveer de sus productos a la micro empresa a costos accesibles, en el almacén sin necesidad de que tengan que ir a retirar; los cuales son:

**CUADRO No. 13  
PROVEEDORES DE FLORES**




<u>Exportadores</u>	<u>Dirección</u>	<u>Teléfono</u>
<b>Inflorex Group</b>	Vía Interoceánica Km 23 - Puenbo	2380-183
<b>Consorcio Quito Flores S.A.</b>	Abraham Lincoln y Av. 12 de Octubre	2559-003
<b>Florespa S.A.</b>	Pifo, sector Chaupimolino	238 0059
<b>Florifrut S.A.</b>	Av. República y Naciones Unidas	246 8028
<b>Golden Land Cia. Ltda.</b>	Tabacundo	279 2101
<b>Hilsea Investments Group</b>	Carlos Endara 178 y Av. de la Prensa	238 7330
<b>Guala Export Import</b>	Tabacundo, sector Cananvalle	279 2128
<b>Imagmi S. A.</b>	Hacienda Santa Mónica, El Quinche	238 7152
<b>Monterrey S.A.</b>	Av. 12 de Octubre y Cordero	223 1892
<b>Mystic Flowers</b>	Av. Naciones Unidas 1084 y Amazonas	225 1879
<b>Roses &amp; Roses</b>	Manuel Saenz 150 y German Aleman	227 4444
<b>Savisa</b>	Reina Victoria 1652 y La Pinta	222 3695
<b>Unique Roses</b>	Reina Victoria 1652 y La Pinta	236 5278

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

## **B. FRUTAS**

En cuanto a las frutas existen tres proveedores potenciales, los cuales han sido elegidos para el estudio debido a que son los más reconocidos y que además se encuentran en el sur de Quito en donde se establecerá la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; los mismos que son:

**CUADRO No. 14  
PROVEEDORES DE FRUTAS**

<b>PROVEEDORES</b>	<b>Dirección</b>
 <b>MEGAMAXI</b>	Quicentro Sur
 <b>SANTA MARÍA</b>	Chillogallo
 <b>SUPER TÍA</b>	Solanda 2

**ELABORADO POR:** Autor de Tesis

A continuación se presenta un cuadro analítico de los proveedores tanto de flores como de frutas para lo cual se seleccionó a los más conocidos de la ciudad de Quito:

**CUADRO No. 15  
MATRIZ DE CALIFICACIÓN CUANTITATIVA**


<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>PROVEEDORES INSUMOS</b>					
	<b>MYSTIC FLOWERS</b>	<b>ROSE &amp; ROSE</b>	<b>INFLOREX</b>	<b>MEGAMAXI</b>	<b>SANTA MARÍA</b>	<b>SUPER TÍA</b>
<b>PRODUCTOS</b>						
Productos de Calidad	4	5	4	5	4	3
Productos para profesionales	4	4	4	5	3	2
Variedad de Productos	3	5	4	5	3	2
Catálogos de los Productos	3	4	2	4	3	1
Reconocimiento de Productos	2	5	4	5	3	2
Capacidad para suministrar productos	3	4	3	5	4	3
<b>PRECIOS</b>						
Precios Accesibles	5	3	4	3	4	5
Condiciones de Pago y Crédito	4	5	4	1	3	3
Descuentos y Promociones	4	3	4	3	4	5
<b>SERVICIO</b>						
Preventas a Domicilio	4	3	3	4	3	2
Entrega a Domicilio	5	5	5	1	1	1
Rapidez en el servicio	3	2	4	4	3	4
Asesoramiento	5	4	4	4	3	4
Servicio al Cliente	3	4	4	5	4	3
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>56</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>45</b>	<b>40</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>4,00</b>	<b>4,31</b>	<b>4,08</b>	<b>4,15</b>	<b>3,46</b>	<b>3,08</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **HERRAMIENTAS:**

Para la producción de arreglos de flores y frutas y además la prestación del servicio de decoración para eventos sociales la micro empresa requiere de herramientas como alicates, tijeras podadoras que por su constante uso se desgastan y además se necesitará de alambre; entre otras cosas por lo cual se establece como los posibles proveedores a las siguientes entidades:

**CUADRO No. 16  
PROVEEDORES HERRAMIENTAS**

<b>PROVEEDORES</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
 <b>KYWI</b>	El Recreo	2501-713
<b>ACEROS EMANUEL</b>	Av. 10 de Agosto	2475-597
<b>TRUJILLO</b>	Urb. Quitumbe	2686-981
<b>ORBEA</b>	Av. Napo	2655-460
<b>CASTILLO HERMANOS</b>	Pana Sur Km12 1/2	2695-700

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

A continuación se presenta un cuadro analítico de los proveedores de herramientas como alicates, tijeras podadoras, alambre; etc. Para lo cual se seleccionó a los más conocidos de la ciudad de Quito y además se evaluó en base a un rango el cual va del 1 al 5 siendo; el 1 deficiente, 2 regular, 3 buena, 4 muy buena y 5 Excelente.

**CUADRO No. 17  
MATRIZ DE CALIFICACIÓN CUANTITATIVA**

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>PROVEEDORES EQUIPAMIENTO</b>				
	<b>KYWI</b>	<b>ACEROS EMANUEL</b>	<b>ORBEA</b>	<b>TRUJILLO</b>	<b>CASTILLO HERMANOS</b>
<b>PRODUCTOS</b>					
Productos de Calidad	5	5	4	5	4
Variedad de Productos	5	5	4	4	4
Garantía en los Productos	4	3	4	4	3
Capacidad para suministrar productos	4	4	3	2	1

<b>PRECIOS</b>					
Precios Accesibles	4	4	5	4	3
Condiciones de Pago y Crédito	4	4	5	4	3
Descuentos y Promociones	4	3	4	4	3
<b>SERVICIO</b>					
Atención personalizada	3	4	5	3	5
Rapidez en el servicio	4	5	5	4	4
Apoyo Técnico	5	4	5	4	4
Servicio al Cliente	5	3	5	4	4
<b>INSTALACIONES</b>					
Infraestructura Adecuada	5	4	5	5	5
Limpieza y Mantenimiento del local	5	4	5	5	5
Adecuada Localización	5	3	5	4	3
Señalización e información correcta	5	3	4	3	4
Existencia de Sucursales	5	2	3	4	1
<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>60</b>	<b>71</b>	<b>63</b>	<b>56</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>4,50</b>	<b>3,75</b>	<b>4,44</b>	<b>3,94</b>	<b>3,50</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

En base a los datos reflejados en el cuadro No. 17; podemos deducir que el mejor proveedor resulto ser KYWI debido a que ofrece todo tipo de productos y de buena calidad pero cabe recalcar que en los aspectos que obtuvo menor puntaje fue en precios puesto que en relación a los otros proveedores KYWI es el proveedor que más altos precios tiene; por otra parte se puede decir que otro proveedor que resulta ser una muy buena opción para la micro empresa es ORBEA; ya que ofrece todo tipo de productos y a buen precio y además se encuentra ubicado en el sector sur de Quito; lo que favorece a la micro empresa.

## 2.2.5. PODER DE NEGOCIACIÓN QUE EJERCEN LOS CLIENTES

Un consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios.<sup>31</sup>

Cabe recalcar que la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales está dirigido tanto a hombres como mujeres de edades comprendidas entre los 18 a los 50 años; que residan en la ciudad de Quito sobre todo del sector sur debido a que esa será la ubicación de la micro empresa; cuyo estatus socioeconómico este ubicado en las clases sociales media alta, media y alta. Otro segmento lo comprenden las empresas que quieren atender sus compromisos corporativos, las iglesias, los clubes y salones quienes en sus respectivos eventos requerían cantidades considerables de arreglos tanto de flores como de frutas y decoraciones en sus instalaciones.

**CUADRO No. 18**  
**MATRIZ DE CALIFICACIÓN CUANTITATIVA**

<b>FUERZAS DE MERCADO</b>	<b>CALIFICACION</b>
Demanda del Servicio	5
Rentabilidad del Cliente	4
Conocimiento sobre flores	3
Exigencia al obtener el servicio	5
Exigencia al obtener el producto	4
Costo de sustituir al cliente	2
Volumen de Compra	3
Importancia del servicio para el cliente	5
Integración hacia adelante	4
Deseo Personal Satisfecho	5
<b>PROMEDIO</b>	<b>4,00</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

<sup>31</sup> <http://es.mimi.hu/economia/consumidor.html>



Como se puede observar en el cuadro No. 18 si existe una demanda de los productos ofrecidos debido a que en nuestra sociedad las flores son consideradas como el detalle más adecuado para cualquier ocasión ya sea para un nacimiento, cumpleaños, aniversario; etc.

Por otra parte es preciso destacar que las personas del sector al que está enfocada la micro empresa prefieren un arreglos florales novedosos, fresco y sobre todo que este acorde a su economía; sin exigir en la mayoría de los caso arreglos que estén elaborados con flores poco comunes pero costosas.

A continuación se realizará un análisis de los factores más relevantes en cuanto al poder de negociación de los consumidores:

- Nivel de concentración: En el caso de la micro empresa no existiría nivel de concentración debido a que no ofrece un solo producto o servicio además no está enfocada a una cuota de mercado pequeñas; aunque si bien es cierto se podría llegar a tener clientes fijos no es menos cierto que no se cerrará la posibilidad de que cada día llegue un cliente nuevo.
- Importancia del costo: En el caso de la micro empresa de acuerdo al tipo de arreglo será el costo puesto que si es un arreglo grande obviamente su costo será alto; además también dependerá del tipo de flores que contenga el arreglo por lo tanto se puede decir que los precios variarán de acuerdo a cada arreglo.
- Nivel de diferenciación: En el caso de las floristerías desafortunadamente no existe gran diferencia en cuanto a los arreglos en flores lo que ocasionaría una desventaja para la micro empresa ya que el cliente sería el que prácticamente impone las condiciones puesto que no le costaría nada cambiar su lugar de compra; es por ello que la micro empresa se enfoca básicamente en el servicio debido a que en primera instancia al sur de Quito pocas son las floristerías que ofrecen servicio a domicilio y por otro lado aún no hay floristerías en el sector que ofrezcan arreglos en frutas.

- Amenaza de integración hacia adelante: Posiblemente los clientes al ver el éxito del negocio piense en la posibilidad de crearse una empresa que ofrezca los mismos productos y servicio y como se estableció anteriormente no existen barreras de entrada altas a este tipo de mercado por lo que si representaría una amenaza para la micro empresa.

### **2.2.6. EVALUACIÓN DEL MODELO DE FUERZAS COMPETITIVAS RESPECTO DEL NEGOCIO**

En los puntos anteriormente desarrollados se ha ido analizando cada una de las fuerzas que podrían llegar a interferir o afectar a la micro empresa; es por ello que se realizó dicha evaluación con el propósito de establecer sugerencias que permita tomar las decisiones correctas y oportunas.

Para determinar el nivel de barreras competitivas que el mercado de arreglos tanto de flores como de frutas presenta se establecen los siguientes rangos:

- **Muy débil:** De 5 a 8
- **Débil:** De 8,1 a 12
- **Mediana:** De 12,1 a 17
- **Fuerte:** De 17,1 a 21
- **Muy fuerte:** De 21,1 a 25

Por su parte cabe mencionar que la sumatoria de los promedios obtenidos en la evaluación de cada una de las fuerzas indica la intensidad competitiva del sector y el nivel de barreras de entrada para el mercado de arreglos tanto de flores como de frutas y el servicio de decoración para eventos sociales.

**CUADRO No. 19**  
**MATRIZ DE CALIFICACIÓN CUANTITATIVA**

<b>FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER</b>	<b>EVALUACIÓN</b>
Amenaza de entrada de nuevos competidores	3,11
Rivalidad entre competidores actuales	3,67
Amenazas de servicios sustitutos	3,2
Poder de negociación de los proveedores	2,67
Poder negociación de los clientes	4
<b>TOTAL</b>	<b>16,65</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede apreciar en el cuadro No. 19; la evaluación obtenida es de 16,65 sobre 25 lo que evidencia que el mercado se encuentra en un rango de intensidad competitiva media, lo que en conclusión identifica un escenario con barreras de entrada manejables pero muy influyentes para la implementación de estrategias de posicionamiento para la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales ya que el nivel de los competidores actuales no presenta dificultades al desarrollar el mercado debido a que no existen actualmente competidores fuertemente consolidados en el mercado objetivo.

### **2.2.7. ANALISIS DE LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS**

A continuación se presentará una síntesis de los factores externos que pueden interferir en la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales con el fin de establecer tanto sus ventajas como desventajas:

**CUADRO No. 20**  
**ANÁLISIS EXTERNO DE LA MATRIZ FODA**

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Financiamiento del Estado	Incremento de los precios de flores o frutas
Diversos proveedores de flores	Integración hacia atrás
Canales de distribución	Escases de materia prima (flores)
Inexistencia de productos sustitutos	Alta competencia
Poder adquisitivo	
Innovación	

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en el cuadro la mayor amenaza para la micro empresa es la escases de flores debido a que los factores climáticos interfieren mucho en ello; por otra parte se puede decir que la demanda también interviene en este factor ya que en determinadas temporadas es cuando mayor demanda tiene este producto tanto para exportar como para importar.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El presente capítulo tiene como objetivo determinar las características del mercado que influirán en la creación de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; para lo cual se realizará una segmentación del mercado objetivo al que por su parte se le aplicará encuestas que nos permitan conocer con exactitud las necesidades de los posibles consumidores.

#### **❖ ESTUDIO DE MERCADO:**

“Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.”<sup>32</sup>

#### **3.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Considerando que la segmentación de mercado es el proceso de dividir en grupos uniformes y más pequeños un mercado, el cual a su vez tenga características y necesidades semejantes. Se puede decir que es una herramienta de mercadeo que facilita la obtención de datos y resultados que de una u otra manera serán procesados y analizados mediante herramientas estadísticas, las cuales permitirán obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de los productos y servicios de decoración para eventos sociales dentro del mercado seleccionado.

Por otra parte se puede decir que básicamente un estudio de mercado permite identificar las necesidades más específicas para los submercados, focalizando de mejor manera las

---

<sup>32</sup> Fundamentos del Marketing: KLOTTER, Philip, ARMSTRONG, Gary; 8va Edición; México – Pearson Education 2008; Página 205.

estrategias de marketing; con el fin de optimizar el uso de los recursos empresariales y permitiendo tomar las decisiones más acertadas.

Además nos permite identificar un nicho propio donde no exista competencia directa y sobre todo permite aumentar las posibilidades de crecer rápidamente en segmentos del mercado sin competidores

### **3.1.1. DEFINICIÓN DE MERCADO**

“Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.”<sup>33</sup>

Cabe recalcar que se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero.

### **3.2. MACRO SEGMENTACIÓN**

Considerando que para segmentar un mercado deben utilizarse variables que dividan ese mercado de acuerdo a sus características y similitudes a continuación se realizará la segmentación para el mercado de productos y servicios de decoración para eventos sociales en base a cinco variables establecidas en el Marketing:

---

<sup>33</sup> Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado: KINNEAR, Thomas C, Taylor Janes R; 5 ta Edición; Bogotá – Mc Graw - hill 200; Página 123.

### **3.2.1 VARIABLES GEOGRÁFICAS:**

- Lugar: En el sector Sur de la ciudad de Quito.

### **3.2.2. VARIABLES DEMOGRÁFICAS:**

- Edad: Desde los 15 años hasta los 55 años; es decir la población económicamente activa.
- Sexo: Masculino y femenino
- Estado Civil: Soltero, casado, viudo, divorciado y unión libre
- Ingresos: Salario Básico
- Profesión: Todo tipo de profesión
- Nivel educativo: Primaria, secundaria y superior
- Estatus socioeconómico: clase alta, clase media alta y clase media
- Religión: Todo tipo
- Nacionalidad: Ecuatoriana

### **3.2.3. VARIABLES PSICOGRÁFICAS:**

- Personalidad: Tierna, amable, detallista y sentimental
- Estilo de vida: Todo tipo
- Valores: Respeto, solidaridad y amor
- Actitudes: Amigables y románticas

### **3.2.4. VARIABLES CONDUCTUALES:**

- Búsqueda del beneficio: Disponibilidad del producto y servicio
- Estatus del usuario: No usuario y usuario potencial
- Tasa de utilización del producto: Usuario ligero, mediano y fuerte
- Sensibilidad al factor de mercadotecnia: Calidad, precio y servicio

### 3.3. UNIVERSO POBLACIONAL

Una vez que se ha logrado segmentar el mercado al cual se pretende llegar, es importante analizar y decidir el lugar preciso para ubicar el negocio; puesto que de esa manera se puede determinar los costos dados por la zona de localización, como por ejemplo valor de luz, agua, teléfono, arriendo, transporte, entre otros.

Cabe recalcar que un negocio bien ubicado brindará más ganancias y hasta se puede disminuir gastos; sin embargo debido a que la micro empresa de productos y servicios de decoración para eventos sociales está enfocada básicamente en brindar servicios resulta beneficioso estar lo más cerca de los posibles clientes, aunque los costos no sean tan bajos.

Como se ha señalado anteriormente el micro emprendimiento se realizará en el sector sur de Quito; por lo que a continuación se analizará cinco sectores que pueden resultar convenientes para el negocio debido a la gran afluencia de gente; en base a factores necesarios e influyentes en la toma de decisiones.

Es necesario establecer que la evaluación se realizará en un rango del 1 al 5 en donde 1 resulta ser no apropiado y 5 excelente.

**CUADRO No. 21**  
**SELECCIÓN DE LA MEJOR LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO**

FACTORES DE ANÁLISIS	NOMBRE DE LOS SITIOS				
	Registro Civil	El Pintado	Calle "J"	Quitumbe	Villaflora
Mercados	4	3	3	5	2
Materias Primas	3	4	3	3	3
Aspectos Legales	2	2	3	4	2
Condiciones Climáticas	5	4	5	5	3
Agua	3	3	4	5	4
Energía Eléctrica	2	3	3	4	1
Medios de Transporte	1	3	2	5	4
Mano de Obra	4	3	4	5	2
Comunicaciones	5	5	5	5	5
<b>TOTAL</b>	29	30	32	41	26
<b>PROMEDIO</b>	3	3	4	5	3

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis



Cabe recalcar que para cada factor se consideró diferentes parámetros los cuales se especifican a continuación:

#### 1. Mercados

- ✓ Precios de los productos o servicios actuales y futuros.
- ✓ En donde están los clientes hoy y donde podrán estar después de un tiempo.
- ✓ A que distancias del posible sitio donde instale el Negocio están los posibles clientes, cuánto costará transportar los productos y que tiempo tomará hacer las entregas.
- ✓ Donde están ubicados los competidores hoy y después de un tiempo.

#### 2. Materias primas

- ✓ Donde están localizados todos los posibles proveedores.
- ✓ Todos los materiales y productos que compraré estarán disponibles hoy y siempre.
- ✓ Cómo van a hacer las entregas los posibles proveedores, a que distancias se encuentran, que tiempo tomarán en entregar la materia prima.
- ✓ Existen otras materias primas sustitutas.

#### 3. Aspectos fiscales

- ✓ Impuestos gubernamentales y locales.

#### 4. Condiciones climáticas

- ✓ Cómo son la temperatura y humedad a lo largo del año.
- ✓ El posible sitio donde se piensa instalar el negocio está expuesto a fenómenos naturales.
- ✓ Las precipitaciones lluviosas afectan o no al negocio.

#### 5. Agua

- ✓ Hay disponibilidad y cantidad permanente considerando que la micro empresa debe mantener hidratadas permanentemente las flores.
- ✓ Es de buena calidad.
- ✓ Es confiable o no.

- ✓ Cuánto cuesta su uso.

#### 6. Energía eléctrica

- ✓ Siempre la energía está disponible en el posible sitio que se va a instalar la micro empresa.
- ✓ Es de buena calidad.
- ✓ Es necesario una fuente de emergencia para poder mantener las frutas.
- ✓ Cuánto cuesta su uso.

#### 7. Medios de transporte

- ✓ Tipos de carreteras y estado de las mismas.
- ✓ Frecuencias de salida y llegada, costos, son confiables las unidades, tiempos y distancias.

#### 8. Mano de obra

- ✓ Cuánto cuesta contratarles.
- ✓ Son personas estables y trabajadoras.

#### 9. Comunicaciones

- ✓ No hay problemas de cobertura.
- ✓ Existe Internet.
- ✓ Las Radios de la zona son bastante escuchadas.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro No. 26 se puede decir que el lugar más idóneo para la instalación del micro emprendimiento dedicado a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales es el Sector Quitumbe; debido a que es un sector que en la actualidad tiene gran afluencia de gente por una parte y por otra debido a que existe una plaza la cual no ha sido cubierta.

### **3.3.1. ANÁLISIS DEL SECTOR SELECCIONADO**

En la actualidad, el sector de Quitumbe se caracteriza por ser uno de los sectores de vivienda más novedoso de Quito, debido a que tiene algunos proyectos de viviendas y una gran apertura al comercio, mediante el proyecto del nuevo centro comercial, la terminal terrestre, el hospital “Un Canto a la Vida”; entre otros.

Cabe recalcar que esta zona es de interés para los migrantes ecuatorianos, radicados en diversas partes del mundo, debido a que existen varios proyectos de vivienda y comercio.

Por lo tanto se puede decir que el sector más idóneo para el establecimiento de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; de acuerdo al análisis comparativo realizado en el cuadro No. 26 es el sector Quitumbe; puesto que es un mercado en el cual no existe una competencia fuertemente posicionada, existen locales disponibles, hay disponibilidad de los servicios básicos y además es un sector que en la actualidad se está convirtiendo en una zona muy comercial.

Por otra parte se puede decir que la ubicación seleccionada para el establecimiento de la micro empresa también fue debido a que se pretende proponer como una sugerencia la apertura de una isla en el Hospital “Un Canto a la Vida”, puesto que en la actualidad no existen locales que ofrezcan este tipo de productos. Cabe recalcar que debido al espacio pequeño por el que se caracteriza una isla solo se deberá expenderán arreglos tanto de flores como de frutas y por lo que la producción de los mismos únicamente se realizará en el local, lo que a su vez genera una ventaja puesto que el traslado de los productos será mucho más fácil por la cercanía entre el local y el Hospital “Un Canto a la Vida”.

### 3.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para definir el tamaño de la muestra es necesario saber las siguientes definiciones:

- **Población.-** Es un conjunto de datos referidos a determinada característica o atributo de los individuos como por ejemplo las edades de todos los individuos de un país.<sup>34</sup>
- **Universo.-** Se define como el conjunto de sujetos o elementos que tienen una característica común, observable y susceptible de ser medida.<sup>35</sup>

El Universo de la Microempresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales, se compone por toda la población que se encuentra en el sur de Quito; específicamente en el Sector Quitumbe.

- **Muestra.-** Subconjunto de elementos del universo o la población.<sup>36</sup>

A continuación se procederá a determinar el tamaño de la muestra para poder aplicar las encuestas en el sector Quitumbe; con el propósito de conocer las preferencias de los posibles consumidores.

- **Tamaño del Universo:**

Población Total Quitumbe	-	Población en Extrema Pobreza	-	Población no Comprendida entre los 15 y 55 años	=	<b>TAMAÑO DEL UNIVERSO</b>
39.262	-	6.572	-	15.892	=	<b>16.798</b>

#### 3.4.1. FÓRMULA PARA OBTENER EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

La fórmula para el cálculo de la muestra de poblaciones finitas menores es:

<sup>34</sup> <http://www.monografias.com/trabajos19/la-estadistica/la-estadistica.shtml>

<sup>35</sup> <http://www.slideshare.net/hectorquintero/conceptos-bsicos-de-la-estadstica>

<sup>36</sup> <http://www.slideshare.net/hectorquintero/conceptos-bsicos-de-la-estadstica>

$$n = \frac{z^2 \times N(p \times q)}{(p \times q) \times z^2 + (N - 1)e^2}$$

➤ Donde:

Significado	Reemplazo
<b>N</b> = Tamaño del universo	16.798
<b>p</b> = Probabilidad éxito	0,5
<b>q</b> = Probabilidad fracaso	0,5
<b>Z</b> = Nivel de confianza	1,96 (95%)
<b>e</b> = Error	10% ( 0,1)

### 3.4.2. DEDUCCIÓN DE LA FÓRMULA

$$n = \frac{1,96^2 \times (16798)(0,50 \times 0,50)}{(0,50 \times 0,50) \times (1,96)^2 + (16798 - 1)(0,10)^2}$$

$$n = \frac{16.132,80}{168,93}$$

**n = 95,49** ➡ **96 Encuestas**

### 3.5. ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

## ENCUESTA

La presente encuesta tiene como propósito, determinar el consumo de productos y servicios de decoración para eventos sociales.

**SECTOR:** \_\_\_\_\_ **SEXO:** M  F

**E- MAIL:** \_\_\_\_\_ **EDAD:** \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** En las preguntas de opciones múltiples selecciones una sola alternativa.

1) ¿Ha comprado en el último año un arreglo de flores o frutas?

SI

NO

2) ¿Le gusta los arreglos florales?

SI

NO

3) ¿Además de las rosas que tipo de flores le gustaría que contengan los arreglos?

Girasoles -----

Lirios -----

Orquídeas -----

Otros (especifique) -----

4) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo mediano de flores o frutas?

De \$3 a \$8 dólares -----

De \$19 a \$23 dólares -----

De \$9 a \$13 dólares -----

De \$24 a \$28 dólares -----

De \$14 a 18 dólares -----

De \$29 en adelante -----

5) ¿Estaría dispuesto a adquirir arreglos en base de frutas?

SI

NO

6) ¿Qué tipo de frutas le gustaría que contenga el arreglo?

Uvas -----

Peras -----

Frutillas -----

Uvillas -----

Manzanas -----

Otros (especifique) -----

7) ¿Cuál es el factor más influyente al momento de comprar un arreglo floral?

Precio

Calidad

Cantidad

8) ¿Le gustaría que los arreglos en frutas tengan como un valor agregado baño en chocolate?

SI

NO

9) ¿Le gustaría que los arreglos tanto de flores como de frutas contengan detalles adicionales?

SI

NO

Si la respuesta es No pase a la pregunta No. 11

10) De acuerdo a su preferencia ordene los siguientes detalles del más al menos importante que le gustaría que sea el complemento de un arreglo de flores o de frutas:

Peluche -----

Botella de Vino -----

Chocolates -----

Globos -----

Otros (especifique) \_\_\_\_\_

11) ¿Cree que es necesario que se ofrezca servicio a domicilio?

SI

NO

12) ¿Ha contratado alguna vez un servicio de decoración para algún evento social?

SI

NO

Si la respuesta es No pase a la pregunta No. 15

13) ¿Qué es lo que más le agradó de este servicio?

Precio

Calidad del servicio

Innovación

Diseños

Otros (especifique) \_\_\_\_\_

14) ¿Qué sugerencia propondría para este servicio?

\_\_\_\_\_

15) ¿Estaría usted dispuesto a contratar un servicio de decoración para algún evento social?

SI

NO

16) ¿Para qué tipo de evento social preferiría contratar el servicio de decoración?

Quince años	-----	Graduación	-----
Bautizo	-----	Cumpleaños	-----
Matrimonio	-----	Eventos corporativos	-----
Otros (especifique)	_____		

17) ¿Reconoce alguna empresa que se dedique a brindar productos y servicios de decoración para eventos sociales? Si su respuesta es afirmativa mencione el nombre

SI

NO

18) ¿Le gustaría que la floristería le permita acceder a una afiliación para recibir beneficios como acumulación de puntos para canjearlos por premios?

SI

NO

19) ¿Qué medios publicitarios influyen en usted para tomar decisiones de compra con respecto a este tipo de negocio?

Prensa escrita

Vallas Publicitarias

Internet

Hojas volantes

20) ¿En qué horarios le gustaría que la floristería brinde sus servicios?

De 08:00 a 17:00

De 09:00 a 18:00

De 10:00 a 19:00

Otros (especifique) \_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU ATENCIÓN Y TIEMPO PRESTADO**



### 3.6. ESTUDIO DE LA DEMANDA

Se define a la demanda como “la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir”.<sup>37</sup>

A continuación se procederá analizar e interpretar cada una de las encuestas que fue aplicada a 96 personas de sector Quitumbe.

**PREGUNTA 2:** ¿Le gusta los arreglos florales?

**CUADRO No. 22**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.2**

RESPUESTA	NO.	%
SI	92	95,83
NO	4	4,17
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

#### ❖ ANÁLISIS

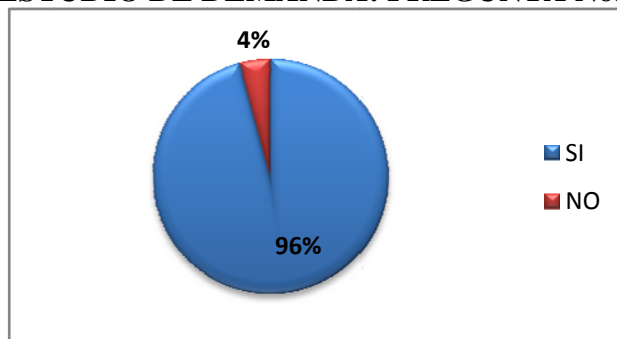
Como se puede observar en el gráfico, al 96% de las personas encuestadas les gusta los arreglos florales; por lo tanto se puede decir que esto representa una ventaja para la micro empresa cuya actividad está dirigida a la producción de arreglos florares.

Por otra parte se puede decir que tan solo al 4% de las personas encuestadas no les gusta los arreglos florales lo que equivale a 4 personas de 96; debido a que prefieren adquirir productos que se conserven y perduren.

---

<sup>37</sup> Marketing Estratégico: Pest, Roger O; 4ta. Edición; Madrid; Pearson Education 2007.

**GRÁFICO No. 6**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.2**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 3:** ¿Además de las rosas que tipo de flores le gustaría que contengan los arreglos?

**CUADRO No. 23**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.3**

RESPUESTA	NO.	%
Girasoles	48	50,00
Orquídeas	32	33,33
Lirios	10	10,42
Otros	6	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

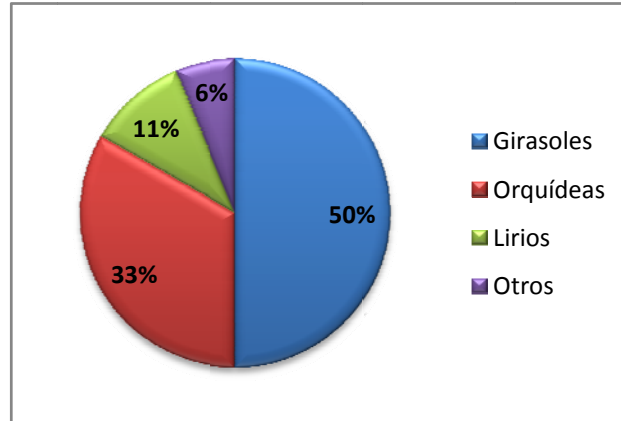
### ❖ ANÁLISIS

De acuerdo a los datos reflejados en la tabla presentada anteriormente se puede decir que el 50% de las personas prefieren que los arreglos florales contengan girasoles; mientras que el 33% de las personas encuestadas prefieren las orquídeas en un arreglo floral.

Por otra parte se encuentran con un 11% las personas que prefieren los lirios en un arreglo floral y tan solo con un 6% están las personas que optaron por la opción de otra alternativa; siendo esta los claveles. Cabe recalcar que con esta pregunta se pretende

conocer las preferencias de flores de los posibles futuros consumidores; por lo tanto se puede decir que la micro empresa debería realizar más arreglos que contengan girasoles.

**GRÁFICO No. 7**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.3**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 4:** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo mediano de flores o frutas?

**CUADRO No. 24**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.4**

RESPUESTA	NO.	%
De \$3 a \$8 dólares	30	31,25
De \$9 a \$13 dólares	38	39,58
De \$14 a \$18 dólares	14	14,58
De \$19 a \$23 dólares	4	4,17
De \$24 a \$28 dólares	8	8,33
De \$29 en adelante	2	2,08
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

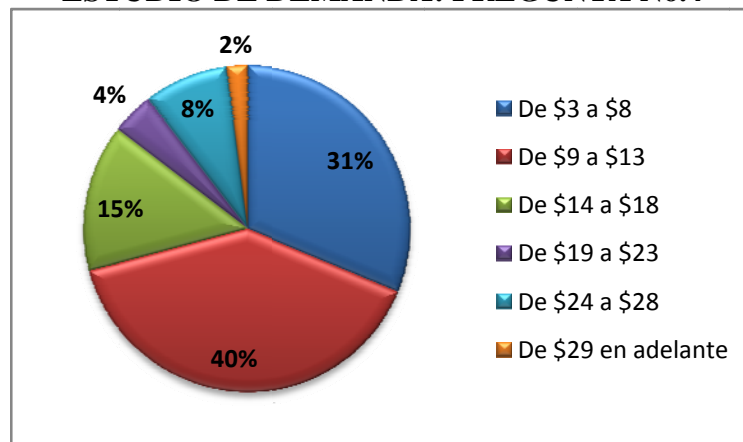
**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

## ❖ ANÁLISIS

Como se puede observar en el presente gráfico el 40% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar de \$9 a \$13 dólares por un arreglo de flores o frutas de tamaño mediano, mientras que un 31% solo están dispuestos a pagar de \$3 a \$8 dólares por un arreglo. Por otra parte se encuentran ubicadas con un 15% las personas que estarían dispuestas a invertir de \$14 a \$18 dólares por un arreglo de flores o frutas mediano.

Y con porcentajes mínimos del 8% y 4% están las personas que invertirían de \$24 a \$28 dólares y de \$29 en adelante, respectivamente; por lo tanto se puede decir que resulta conveniente para la micro empresa producir en mayor cantidad arreglos de flores y frutas de costos cómodos que oscilen entre los \$9 y \$13 dólares.

**GRÁFICO No. 8**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.4**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 5:** ¿Estaría dispuesto a adquirir arreglos en base de frutas?

**CUADRO No. 25**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.5**

RESPUESTA	NO.	%
SI	90	93,75
NO	6	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

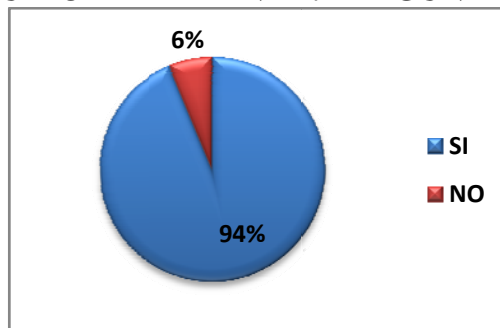
**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

Como se puede observar en el gráfico, al 94% de las personas encuestadas si estaría dispuesta adquirir arreglos en base de frutas; por lo tanto se puede decir esto representa una ventaja para la micro empresa cuya actividad también está dirigida a la producción de arreglos en base de frutas.

Por otra parte se puede decir que tan solo al 6% de las personas encuestadas no están dispuestas adquirir arreglos en base de frutas lo que equivale a 6 personas de 96 encuestadas; debido a que prefieren adquirir productos que se conserven y perduren por mucho más tiempo de lo que pueden durar las frutas.

**GRÁFICO No. 9**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.5**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 6:** ¿Qué tipo de frutas le gustaría que contenga el arreglo?

**CUADRO No. 26**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.6**

<b>RESPUESTA</b>	<b>NO.</b>	<b>%</b>
Uvas	28	29,17
Frutillas	42	43,75
Manzanas	14	14,58
Peras	6	6,25
Uvillas	4	4,17
Otros	2	2,08
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

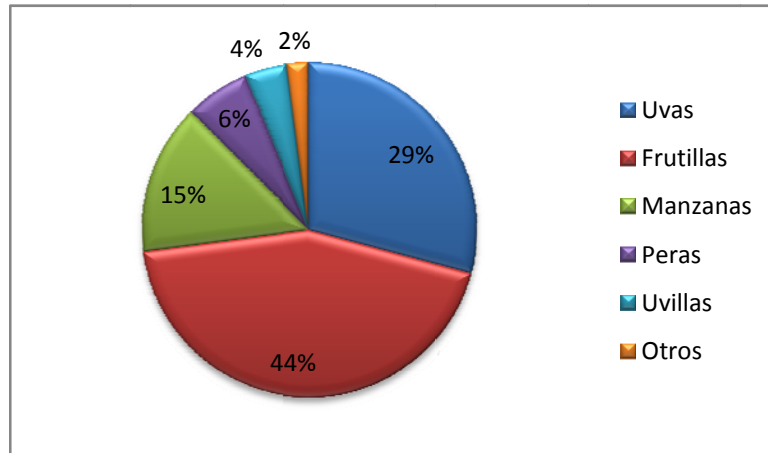
**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

El 44% de las personas encuestadas prefieren que el arreglo contenga frutillas; mientras que con un 29% se encuentran las personas que prefieren uvas para los arreglos en base de frutas y un 15% de las personas encuestadas prefieren que los arreglos contengan manzanas.

Por otra parte se puede decir que con porcentajes mínimos del 6% y 4% están las personas que prefieren que un arreglo contenga peras u uvillas respectivamente; mientras que un 2% escogió la opción de otros, señalando que preferirían las cerezas en los arreglos en base de frutas. Cabe recalcar que mediante esta pregunta se logra determinar las frutas de mayor preferencia para un arreglo de este tipo y de acuerdo al criterio de las personas encuestadas se puede decir que la micro empresa debería producir arreglos más arreglos que contenga frutillas y uvas.

**GRÁFICO No. 10**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.6**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 7:** ¿Cuál es el factor más influyente al momento de comprar un arreglo floral?

**CUADRO No. 27**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.7**

RESPUESTA	NO.	%
Precio	20	20,83
Calidad	68	70,83
Cantidad	8	8,33
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

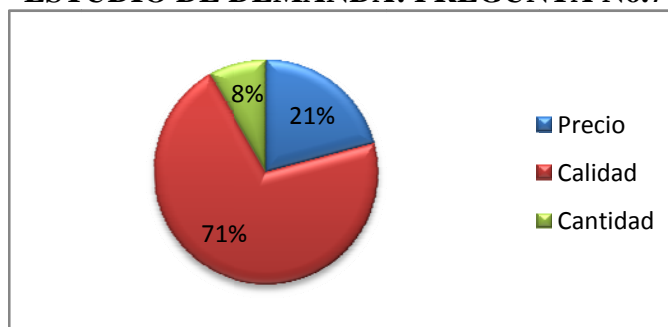
### ❖ ANÁLISIS

Como se puede observar en el presente gráfico el 71% de las personas encuestadas consideran que el factor que más influye al momento de comprar un arreglo floral es la calidad; mientras que el 21% de las personas el precio del arreglo floral y tan solo el 8% de las personas encuestadas consideran la cantidad.

Por lo tanto se puede decir que la calidad es el factor que más influye en las personas al momento de adquirir un arreglo floral por lo que resulta conveniente para la micro

empresa poner mayor énfasis en la elaboración de los arreglos, cuidando de los mínimos detalles para de esa manera ofrecer productos bien elaborados y diseñados.

**GRÁFICO No. 11**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.7**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 8:** ¿Le gustaría que los arreglos en frutas tengan como un valor agregado baño en chocolate?

**CUADRO No. 28**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.8**

RESPUESTA	NO.	%
SI	72	75,00
NO	24	25,00
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

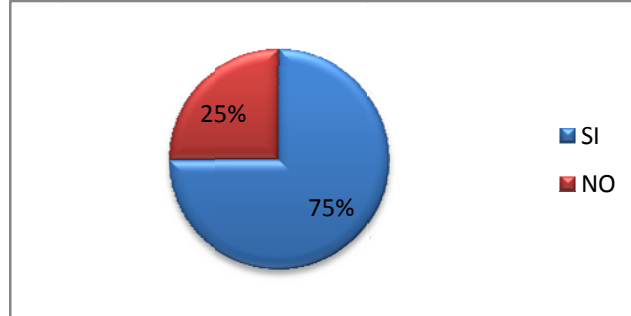
**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

#### ❖ ANÁLISIS

Como se puede observar en el gráfico, al 75% de las personas encuestadas les gustaría que los arreglos en frutas tengan como un valor agregado baño en chocolate; por otra parte se puede decir que al 25% de las personas encuestadas no les gustaría que los arreglos en frutas tengan como un valor agregado baño en chocolate; por lo que se puede decir que la micro empresa debería producir en mayor cantidad arreglos de frutas que contengan como un valor agregado un baño en chocolate.



**GRÁFICO No. 12**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.8**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 9:** ¿Le gustaría que los arreglos tanto de flores como de frutas contengan detalles adicionales?

**CUADRO No. 29**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.9**

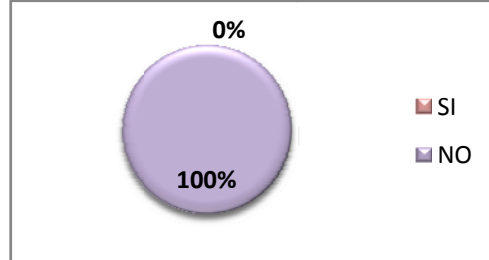
RESPUESTA	NO.	%
SI	96	100,00
NO	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

### ❖ ANÁLISIS

De acuerdo a los datos reflejados en el gráfico anteriormente presentado se puede decir que al 100% de las personas encuestas les gustaría que los arreglos tanto de flores como de frutas contengan detalles adicionales. Por lo tanto se puede decir que la floristería debe disponer de varios detalles como peluches, globos, chocolates; entre otros para de esa manera satisfacer las preferencias de sus clientes.

**GRÁFICO No. 13**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.9**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 10:** De acuerdo a su preferencia ordene los siguientes detalles del más al menos importante que le gustaría que sea el complemento de un arreglo de flores o de frutas.

**PELUCHES:**

**CUADRO No. 30**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: DETALLE 1**

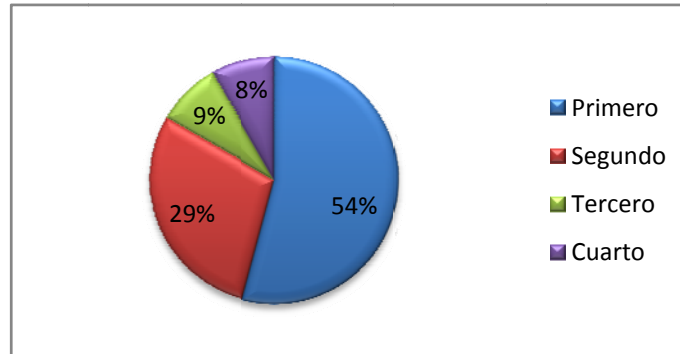
RESPUESTA	NO.	%
Primero	52	54,17
Segundo	28	29,17
Tercero	8	8,33
Cuarto	8	8,33
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

El 52% de las personas encuestadas consideran que los peluches son el detalle más importante para complementar un arreglo de flores o frutas; mientras que el 28% de las personas optaron por ordenar a los peluches en segundo lugar y por último con un 8% se encuentran las personas que ubicaron a este detalle en tercero y cuarto lugar. Por lo tanto se considera que los arreglos tanto de flores como de frutas deberían tener como complemento a los peluches debido a que es el detalle de mayor acogida para los futuros posibles consumidores.

**GRÁFICO No. 14**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: DETALLE 1**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**CHOCOLATES:**

**CUADRO No. 31**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: DETALLE 2**

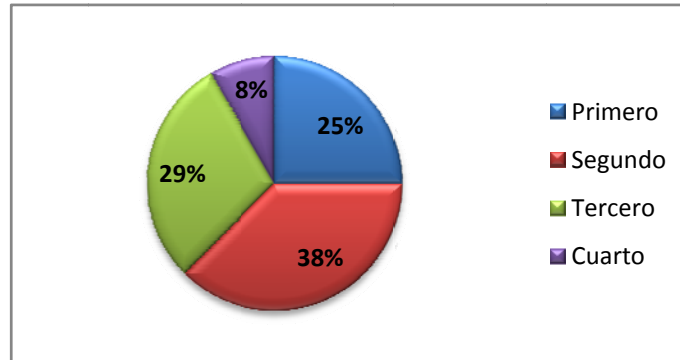
RESPUESTA	NO.	%
Primero	24	25,00
Segundo	36	37,50
Tercero	28	29,17
Cuarto	8	8,33
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

El 38% de las personas encuestadas consideran que los chocolates son el detalle que debería estar en segundo lugar para complementar un arreglo de flores o frutas; mientras que el 29% de las personas optaron por ordenarlos en tercer lugar. Por otra parte se encuentran las personas que consideran que los chocolates deben estar en primer lugar con un 25% y por último con un 8% se encuentran las personas que ubicaron a los chocolates en cuarto lugar. Por lo tanto se considera que los arreglos tanto de flores como de frutas deberían tener como complemento en segundo lugar los chocolates.

**GRÁFICO No. 15**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: DETALLE 2**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**BOTELLA DE VINO:**

**CUADRO No. 32**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: DETALLE 3**

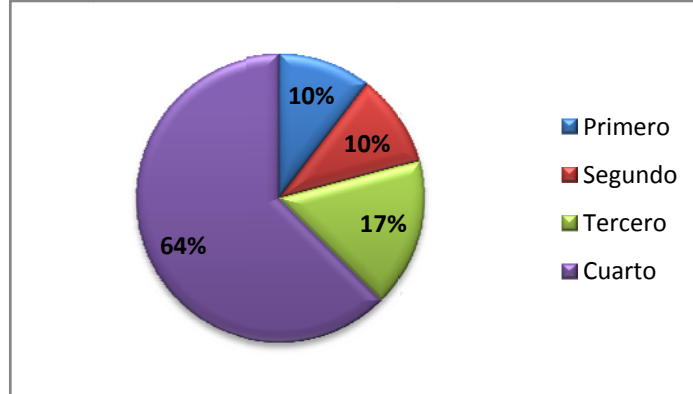
RESPUESTA	NO.	%
Primero	10	10,42
Segundo	10	10,42
Tercero	16	16,67
Cuarto	60	62,50
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

El 63% de las personas encuestadas ubicaron a la botella de vino para complementar un arreglo de flores o frutas en cuarto lugar; mientras que el 17% de las personas optaron por ordenar a la botella de vino en tercer lugar y por último con un 10% se encuentran las personas que ubicaron a este detalle en primero y segundo lugar. Por lo tanto se considera que los arreglos tanto de flores como de frutas deberían tener como una cuarta opción de complemento a la botella de vino.

**GRÁFICO No. 16**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: DETALLE 3**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**GLOBOS:**

**CUADRO No. 33**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: DETALLE 4**

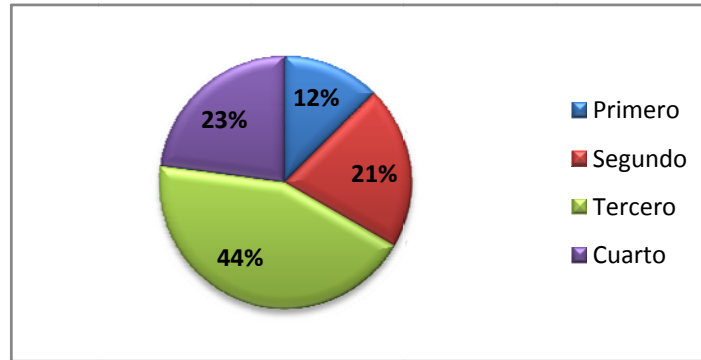
RESPUESTA	NO.	%
Primero	12	12,50
Segundo	20	20,83
Tercero	42	43,75
Cuarto	22	22,92
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

El 44% de las personas encuestadas consideran que los globos son el detalle que debería estar en tercer lugar para complementar un arreglo de flores o frutas; mientras que el 23% de las personas optaron por ordenarlos en cuarto lugar. Por otra parte se encuentran las personas que consideran que los globos deben estar en segundo lugar con un 21% y por último con un 12% se encuentran las personas que ubicaron a los globos en primer lugar. Por lo tanto se considera que los arreglos tanto de flores como de frutas deberían tener como una tercera opción de complemento a los globos.

**GRÁFICO No. 17**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: DETALLE 4**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 11:** ¿Cree que es necesario que se ofrezca servicio a domicilio?

**CUADRO No. 34**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.11**

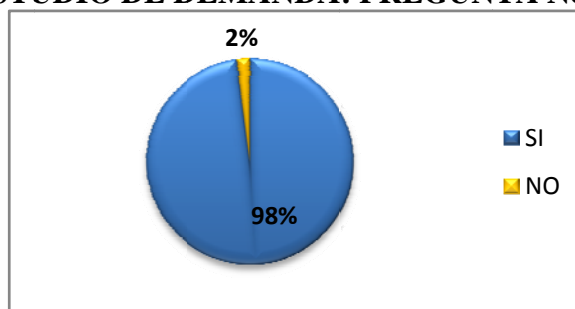
RESPUESTA	NO.	%
SI	94	97,92
NO	2	2,08
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

De acuerdo al resultado obtenido de las encuestas aplicadas se puede decir que el 98% de las personas consideran que si es necesario que se ofrezca servicio a domicilio; mientras que el 2% de las personas encuestadas consideran que no es necesario que la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales brinde servicio a domicilio.

**GRÁFICO No. 18**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.11**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 12:** ¿Ha contratado alguna vez un servicio de decoración para algún evento social?

**CUADRO No. 35**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.12**

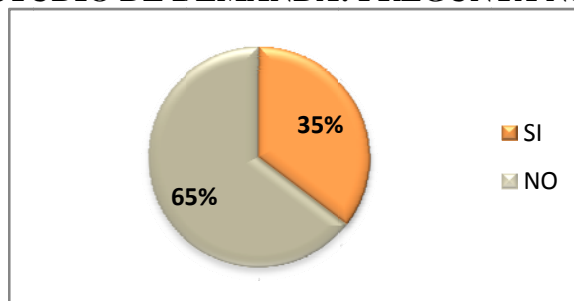
RESPUESTA	NO.	%
SI	34	35,42
NO	62	64,58
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

De acuerdo al resultado obtenido de las encuestas aplicadas se puede decir que el 65% de las personas no han contratado un servicio de decoración para algún eventos social; mientras que el 35% de las personas encuestadas si han contratado en alguna ocasión un servicio de decoración para algún evento social.

**GRÁFICO No. 19**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.12**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 13:** ¿Qué es lo que más le agradó de este servicio?

**CUADRO No. 36**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.13**

RESPUESTA	NO.	%
Precio	4	11,76
Calidad del servicio	14	41,18
Innovación	6	17,65
Diseños	10	29,41
Otros	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

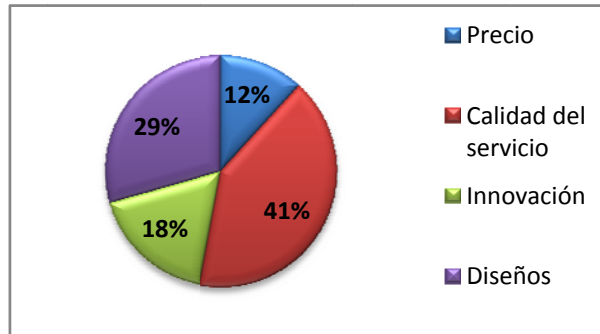
### ❖ ANÁLISIS

Como se puede observar en el cuadro presentado anteriormente el 41% de las personas que han contratado el servicio de decoración para algún evento social consideran que lo que más les agradó fue la calidad del servicio; mientras que el 29% de las personas consideran que lo mejor de ese servicio fue los diseños que les ofrecieron para contratar el servicio; adicionalmente se puede decir que de las 34 personas que han contratado alguna vez el servicio de decoración para algún evento social al 17% le agradó la innovación que les ofrecieron.



Por otra parte se puede decir que tan solo el 12% de las 34 personas que en algún momento han contratado un servicio de decoración para algún evento social les agrado el precio que les ofrecieron; por lo tanto es importante señalar que la micro empresa debería brindar un servicio de calidad para cumplir con las expectativas de los clientes.

**GRÁFICO No. 20**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No13**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 14:** ¿Qué sugerencia propondría para este servicio?

**CUADRO No. 37**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.14**

RESPUESTA	NO.	%
Variedad	5	13,89
Garantía	1	2,78
Mejora en la calidad	8	22,22
Eficaces	3	8,33
Realicen publicidad	8	22,22
Variedad de precios	2	5,56
Disponer de catálogos	2	5,56
Innovación	4	11,11
Mejorar la atención	3	8,33
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

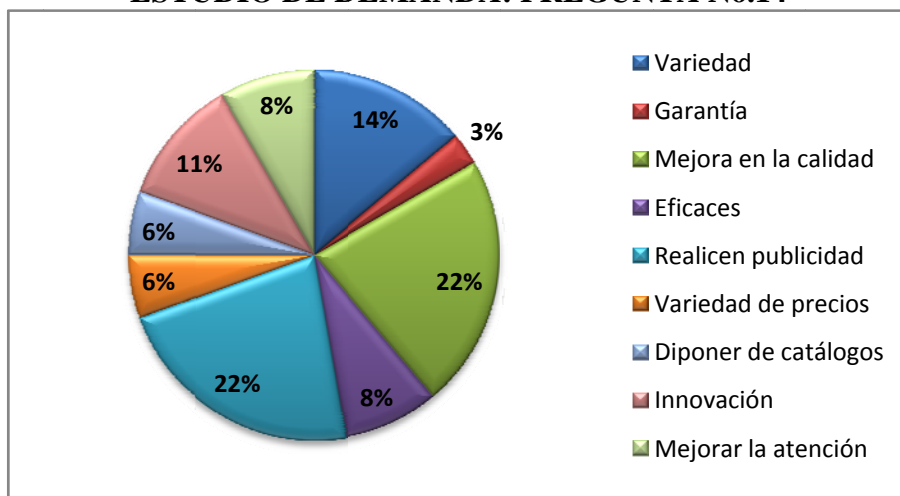
**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

## ❖ ANÁLISIS

Como se puede observar en el cuadro anteriormente presentado de las 96 personas encuestadas solo 36 personas sugirieron debido a que en algún momento si han contratado un servicio de decoración para un evento social por lo que el 22% considero que deberían mejorar la calidad del servicio que ofrecen y también consideran que deberían hacer publicidad con el fin de darse a conocer; mientras que un 14% de encuestados consideran que deberían ofrecer mayor variedad de sugerencias para que los clientes tengan alternativas. Por otra parte con un 11% se encuentran las personas que siguen innovación en el servicio que han recibido; mientras que el 8% de las personas encuestadas sugieren mejorar la atención y que sean eficaces.

El 6% de los encuestados por su parte sugieren que deberían ofrecer variedad de precios los mismos que deben ser cómodos y acordes al servicio; además también consideran conveniente que cuente con catálogos para poder apreciar las alternativas que ofrece la empresa. Y tan solo un 3% sigue que la empresa le ofrezca garantía de un buen servicio de decoración para que se cumpla con lo pactado y sobre todo el servicio sea entregado en el tiempo acordado y en las condiciones establecidas.

**GRÁFICO No. 21**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.14**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 15:** ¿Estaría usted dispuesto a contratar un servicio de decoración para algún evento social?

**CUADRO No. 38**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.15**

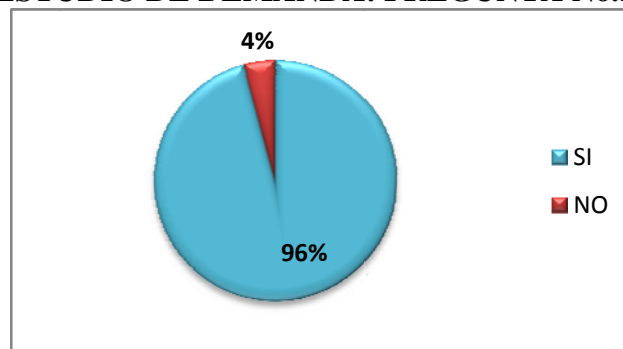
RESPUESTA	NO.	%
SI	92	95,83
NO	4	4,17
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

Como se puede observar en los datos reflejados en el cuadro anteriormente presentado; se puede decir que el 96% de las personas encuestas si estaría dispuestas a contratar un servicio de decoración para algún evento social; mientras que el 4% de las personas no estaría dispuestas a contratar un servicio de decoración para algún evento social; por lo tanto se considera que esto representa una ventaja para la micro empresa cuya actividad está dirigida también a prestación de servicios de decoración para todo tipo de evento social.

**GRÁFICO No. 22**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.15**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 16:** ¿Para qué tipo de evento social preferiría contratar el servicio de decoración?

**CUADRO No. 39**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.16**

<b>RESPUESTA</b>	<b>NO.</b>	<b>%</b>
Quince años	22	22,92
Bautizo	12	12,50
Matrimonio	36	37,50
Graduación	14	14,58
Cumpleaños	10	10,42
Eventos corporativos	2	2,08
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

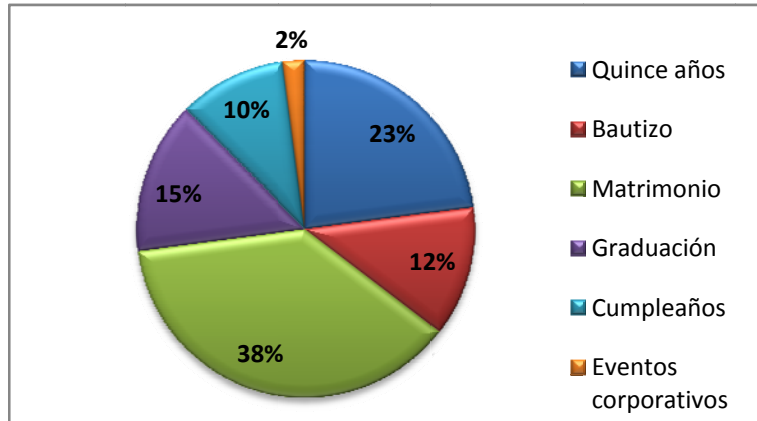
**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

El 38% de las personas encuestadas contestaron que contratarían un servicio de decoración para un matrimonio, mientras que el 23% de las personas prefieren contratar un servicio de decoración para quince años. Seguido se encuentran las personas que contratarían un servicio de decoración para una graduación con un 15%.

Por otra parte con un 12% y 10% se encuentran las personas que estarían dispuestas a contratar un servicio de decoración para un bautizo y cumpleaños respectivamente y tan solo el 2% de las personas encuestados respondió que estaría dispuesta a contratar un servicio de decoración para un evento corporativo; por lo tanto se puede decir que si bien es cierto cada ocasión es memorable en la vida de un ser humano la de mayor relevancia es el matrimonio por lo que resulta necesario que la micro empresa se enfoque mucho más en actualizarse y sobre todo ofrecer mejores y novedosos servicio de decoración para matrimonios, sin embargo ocasiones como quince años y bautizos también son ocasiones memorables por lo que la micro empresa debería poner mayor énfasis.

**GRÁFICO No. 23**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.16**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 17:** ¿Reconoce alguna empresa que se dedique a brindar productos y servicios de decoración para eventos sociales?

**CUADRO No. 40**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.17**

RESPUESTA	NO.	%
SI	8	8,33
NO	88	91,67
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

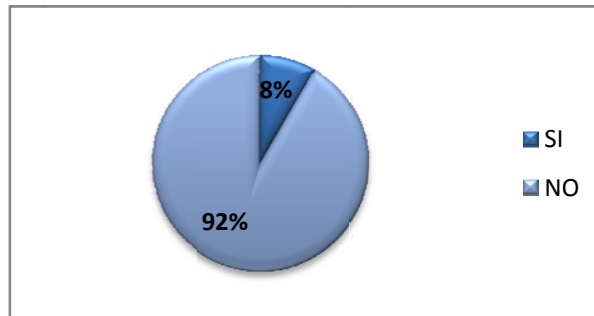
**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

### ❖ ANÁLISIS

Como se puede observar en el cuadro anteriormente presentado se puede decir que el 92% de la población encuestada no reconoce alguna empresa que dedique a brindar productos u servicios de decoración para eventos sociales; por lo tanto se puede decir que esto representa una ventaja para la micro empresa debido a que en la actualidad no se encuentra posicionada una empresa que se dedique a brindar este tipo de servicios en el mercado al que se pretende acceder.

Mientras que el 8% de las 96 personas encuestadas afirman que si reconocen una empresa que se dedica a brindar productos y servicios de decoración para eventos sociales lo que equivale a 4 personas de las cuales 2 no lograron recordar fácilmente el nombre de la empresa.

**GRÁFICO No. 24**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.17**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 18:** ¿Le gustaría que la floristería le permita acceder a una afiliación para recibir beneficios como acumulación de puntos para canjearlos por premios?

**CUADRO No. 41**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.18**

RESPUESTA	NO.	%
SI	80	83,33
NO	16	16,67
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

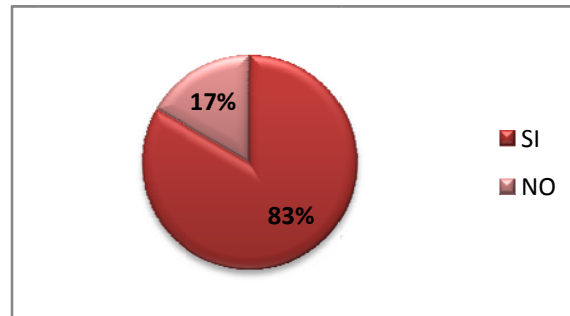
**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

### ❖ ANÁLISIS

Se puede decir que al 83% de la población encuestada le gustaría que la floristería le permita acceder a una afiliación para recibir beneficios como acumulación de puntos para canjearlos por premios; por lo tanto se puede decir que esto representa una estrategia para la micro empresa debido a que mediante esta afiliación se logre fidelizar a los clientes.

Mientras que el 16% de las 96 personas encuestadas afirman que no les gustaría que la floristería le permita acceder a una afiliación para recibir beneficios como acumulación de puntos para canjearlos por premios lo que equivale a 8 personas.

**GRÁFICO No. 25**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.18**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 19:** ¿Qué medios publicitarios influyen en usted para tomar decisiones de compra con respecto a este tipo de negocio?

**CUADRO No. 42**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.19**

RESPUESTA	NO.	%
Prensa Escrita	16	16,67
Internet	28	29,17
Vallas Publicitarias	32	33,33
Hojas Volantes	20	20,83
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

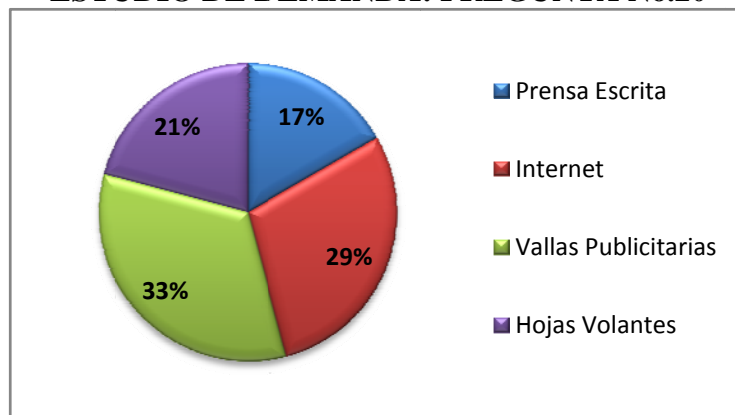
**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

#### ❖ ANÁLISIS

El 33% de las personas encuestadas respondieron que el medio publicitario que más influye en la toma de decisiones de compra de productos y servicios de decoración para eventos sociales son las vallas publicitarias, mientras que el 29% de las personas encuestadas dicen que el medio que más influye es el internet.

Por otra parte están las personas que afirman que las hojas volantes influyen en sus decisiones de compra, lo que equivale a un 21%; y por último con un 17% se encuentran las personas que consideran que la prensa escrita es un medio que influye en sus decisiones de compra. Por lo tanto se puede decir que el medio publicitario más conveniente para este negocio son las vallas publicitarias, las mismas que deben estar ubicadas en sitios estratégicos y bien transitados.

**GRÁFICO No. 26**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.20**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**PREGUNTA 20:** ¿En qué horarios le gustaría que la floristería brinde sus servicios?

**CUADRO No. 43**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.20**

RESPUESTA	NO.	%
De 08:00 a 17:00	24	25,00
De 09:00 a 18:00	34	35,42
De 10:00 a 19:00	32	33,33
Otros	6	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

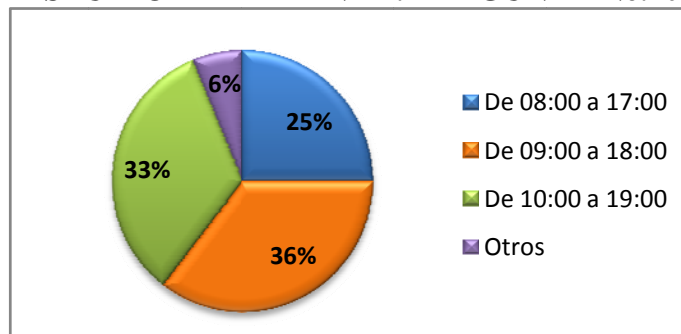


## ❖ ANÁLISIS

Como se puede observar en el cuadro anteriormente presentado al 36% de las personas encuestadas les gustaría que la floristería brinde sus servicios en el horario de 09:00 a 18:00; mientras que un 33% prefieren que la floristería brinde sus servicios en el horario de 10:00 a 19:00.

Por otra parte se puede decir que un 25% de las 96 personas encuestas prefieren que la floristería brinde sus servicios en el horario de 08:00 a 17:00 y por último con un 6% se encuentran las personas que optaron por la opción de otros lo que equivale a 3 personas; de las cuales una persona sugirió el horario de 08:00 a 19:00, otra persona sugirió el horario de 08:00 a 22:00; mientras que otra persona sugirió que la atención de la floristería sea las 24 horas.

**GRÁFICO No. 27**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.20**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

### 3.7. ESTUDIO DE LA OFERTA

**Oferta.-** Es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera”.<sup>38</sup>

<sup>38</sup> <http://www.buenastareas.com/ensayos/Estudio-De-La-Demanda/478608.html>

Se puede decir que la actuación de los consumidores en la decisión de adquirir o no los productos que ofrece la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales ya sea por el precio, calidad o el lugar donde se adquiere el producto o servicio influye sobre la capacidad productiva que debería tener la micro empresa, por eso debe estar en permanente actualización de manera que la micro empresa no se quede rezagada en calidad, variedad o precio.

Para poder analizar la competencia actual se consideraran varios factores; los cuales se establecerán y analizarán a continuación:

### ❖ UBICACIÓN:

En la actualidad, los arreglos tanto de flores como de frutas se encuentran en algunos lugares comerciales del sur de Quito como el pintado, la Villaflora, la calle “J”; entre otros, pero todavía no llegan a la calidad con la que la microempresa pretende distribuir los productos ya que se deben cumplir con estándares de calidad, que serán impulsados con estrategias de marketing que permita a la microempresa destacarse entre los competidores.

Debido a que la micro empresa no tiene competencia directa porque no existen locales que expendan arreglos de flores o frutas y que además brinden el servicio de decoración para eventos sociales en el sector de Quitumbe; se consideró para este análisis a la competencia indirecta que como se dijo anteriormente esta ubicada en las zonas más comerciales del sur de Quito y son:

- Florería Emily: Ubicado en la avenida Mariscal Sucre S11-99 y Michelena (Sector El Pintado).
- Bryan Floristería: Ubicado en la avenida Iturralde 1120 y Teniente Hugo Ortiz (Sector El Pintado).
- Florería El Rosal: Ubicado en la avenida Mariscal Sucre S11-99 y Michelena (Sector El Pintado).
- Arreglos Florales: Ubicado en la avenida Solanda S 11-53 y calle “J”.

- Los Girasoles: Ubicado en la avenida Cardenal de la Torre y Ajaví.
- Floristería Carolina: Ubicada en la avenida Pedro Vicente Maldonado y Alonso de Angulo (Sector de la Villaflora).
- Detalles y Rosas: Ubicada en la avenida Alonso de Angulo y Pedro de Alfaro (Sector de la Villaflora).

❖ **PRODUCTOS Y SERVICIOS:**

Es importante destacar que de las floristerías anteriormente mencionadas no todas brindan los mismos productos y servicio que la micro empresa va a brindar por lo que a continuación se presenta un cuadro en el que se detalla los productos y servicios que ofrece cada una de las floristerías:

**CUADRO No. 44**  
**ANÁLISIS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA COMPETENCIA INDIRECTA**

FLORISTERÍA	PRODUCTO	SERVICIOS		OTROS
	ARREGLOS DE FRUTAS	DECORACIÓN PARA EVENTOS SOCIALES	ENTREGA A DOMICILIO	CATALOGO DE DISEÑOS
Emily	No	No	No	No
Bryan	No	Si	Si	Si
El Rosal	Si	Si	Si	Si
Arreglos Florales	No	No	No	No
Los Girasoles	No	No	Si	No
Carolina	No	Si	Si	Si
Detalles y Rosas	Si	Si	Si	Si

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en el cuadro; de las siete floristerías que se han mencionado existen dos que se encuentran bien constituidas en el mercado y son la floristería “El Rosal” y “Detalles y Rosas”; debido a que ofrecen arreglos florales, frutales y el servicio de decoración para eventos sociales, además ofrecen un servicio a domicilio y un catálogo en donde el cliente puede observar la variedad de modelos florales que ofrecen.

### ❖ **PRECIOS:**

Cabe recalcar que para realizar una comparación de los precios de los arreglos florales se tomo en cuenta el tamaños de los mismos; siendo estos pequeños, medianos y grandes. A continuación se establecerá los precios de las floristerías anteriormente mencionadas:

**CUADRO No. 45**  
**ANÁLISIS DE PRECIOS DE ARREGLOS FLORALES**

<b>FLORISTERÍA</b>	<b>PRECIOS</b>	
	<b>ARREGLO PEQUEÑO</b>	<b>ARREGLO MEDIANO</b>
Emily	6,00	10,00
Bryan	5,00	9,00
El Rosal	6,00	12,00
Arreglos Florales	3,00	7,00
Los Girasoles	4,00	8,00
Carolina	5,00	10,00
Detalles y Rosas	6,00	13,00

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Considerando que los precios pueden variar dependiendo del tipo de flores que contenga el arreglo así como de los detalles adicionales y modelos. Se puede decir por lo tanto que los arreglos pequeños de acuerdo a las floristerías analizadas tiene un costo que oscila entre los \$3 y \$6 dólares, mientras que los arreglos medianos están en un valor aproximado de \$7 a \$13 dólares.

### ❖ **TECNOLOGÍA:**

Tomando en cuenta que para la producción de arreglos florares no existe tecnología, se puede decir que para poder mantener las flores en buenas condiciones este tipo de negocios pueden acceder a un cuarto frío; pero debido a su costo ninguna de las floristerías analizadas dispone del mismo.

### ❖ **TAMAÑO:**

En cuanto a la infraestructura de las floristerías analizadas se puede decir que cada una varía; pero para el análisis se subdividirán en pequeñas, medianas y grandes:

- ✓ Pequeñas: Florería Emily, Arreglos Florales, Los Girasoles.
- ✓ Medianas: Floristería Carolina, Bryan Floristería.
- ✓ Grandes: Florería El Rosal, Detalles y Rosas.

Adicionalmente se puede decir que las floristerías que fueron clasificadas en el tamaño pequeño son bastante simples en cuanto a la decoración y el número de arreglos de exhibición es mínimo; mientras que las floristerías grandes poseen varios modelos de arreglos en exhibición y además la decoración de sus locales es adecuado.

### ❖ **MATERIA PRIMA:**

Considerando que para este tipo de negocios la materia prima son las flores y las frutas en el caso de las floristerías que ofrecen arreglos en base de frutas, se puede decir que la mayoría de las floristerías analizadas adquieren flores de exportación que han sido rechazadas por no cumplir con características como el tamaño del tallo; entre otros.

Adicionalmente se puede decir que una de las floristerías analizadas nos reveló que el principal proveedor de materia prima es una florícola localizada en Santo Domingo quien le envía los pedidos cada semana.

Se puede decir que solo dos de las floristerías analizadas expenden arreglos de frutas quienes expresaron que sus principales proveedores de frutas son los vendedores de los Mercados Mayorista o San Roque debido a ofrecen producto mucho más económicos en relación a los supermercados.

Después de analizar a los competidores indirectos que tiene la micro empresa se puede determinar que los productos que se van a ofrecer se destacan en primer lugar por el

precio ya que los arreglos tanto de flores como de frutas cuentan con precios que van desde los \$3 dólares en adelante los cuales dependen del modelo y el tipo de flores utilizadas, segundo lugar se destacan por la calidad e innovación de los productos ya que son elaborados bajo estándares de calidad y además constantemente se ofrecerán modelos nuevos tanto de flores como de frutas y en tercero lugar la micro empresa permanentemente elaborará estrategias para ofrecer promociones y descuentos que llamen la atención de los clientes, así como la fidelidad.

### **3.8. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

**Demanda Insatisfecha.-** Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.<sup>39</sup>

Dicho de otra manera se llama demanda Insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte; es decir que existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

Cabe recalcar que para determinar la demanda insatisfecha se puede aplicar el Método sugerido por el Economista Carlos Sánchez; el cual consiste en realizar una encuesta basada en una pregunta acerca del consumo o no de ciertos productos, debido a la complejidad para obtener la información.

Por tal motivo es que en la encuesta se aplico la pregunta formulada a continuación; la misma que a su vez fue aplicada a 96 personas del sector Quitumbe:

**PREGUNTA 1:** ¿Ha comprado en el último año un arreglo de flores o frutas?

---

<sup>39</sup> <http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090303050637AAmRO4>

**CUADRO No. 46**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.1**

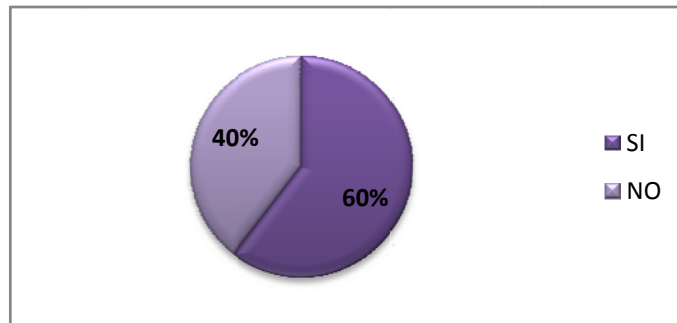
RESPUESTA	NO.	%
SI	58	60,42
NO	38	39,58
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autor de Tesis

❖ **ANÁLISIS**

Como se puede observar en el gráfico No.31 el 60% de las personas encuestadas si han comprado en el último año un arreglo de flores o frutas; mientras que el 40% de las personas encuestadas no han adquirido en el último año un arreglo de flores o frutas por diversos motivos; por lo cual se puede decir que la demanda insatisfecha corresponde al 40%; estableciendo así que la microempresa debe enfocarse a este porcentaje para determinar estrategias que permitan obtener la atención de los posibles futuros consumidores.

**GRÁFICO No. 28**  
**ESTUDIO DE DEMANDA: PREGUNTA No.1**



**FUENTE:** Encuestas Aplicadas  
**ELABORADO POR:** Autor de Tesis

## **CAPITULO IV**

### **DETERMINACIÓN DE FACTIBILIDAD**

El presente capítulo tiene por finalidad describir de manera detallada cada uno de los productos y servicios que ofrecerá la microempresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales, además se especificará los materiales y equipamiento que se utilizarán para la producción así como las actividades que se deberán realizar para de esa manera llevar a cabo las actividades de la empresa de forma sistemática.

#### **4.1. FACTIBILIDAD LEGAL**

Cabe recalcar que el estudio de factibilidad legal debe informar si la legalidad vigente permite o a su vez impide la realización del proyecto empresarial. Este estudio de factibilidad, al igual que los otros, en lo posible debe ser efectuado por expertos y el encargado de evaluar la factibilidad global del proyecto ha de seguir la orientación de los especialistas.

##### **4.1.1. MARCO LEGAL**

###### **4.1.1.1.1 CONVENIO**

El proyecto tiene la intención de reducir la pobreza y el desempleo a través de la generación de pequeños emprendimientos gestionados por madres y en algunos casos sus hijos con algún grado de discapacidad; esto se hará siempre y cuando se cuente con dos requisitos fundamentales que son: la organización comunitaria y la capacitación en temas de administración de pequeños negocios; con el objetivo de Contribuir a la generación de empleo y al aumento de los perceptores familiares y su nivel de ingresos con la consecuente mejora en la calidad de vida; de las personas con necesidades prioritarias del sur del Distrito Metropolitano de Quito.



Cabe recalcar que el convenio fue celebrado en la ciudad de Quito a los 23 del mes de octubre del 2009, en el cual comparecieron por una parte el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), representado por el Eco. Milton Maya Díaz, en su calidad de Director General, que en adelante y para efectos de instrumento legal se denominó "INSTITUTO"; y por otra parte, la Fundación Tierra Nueva, que en adelante se denominó "ORGANIZACIÓN"; todos ellos legalmente facultados conforme los documentos habilitantes que se agregan en el convenio. A continuación se presentan las cláusulas más relevantes de los antecedentes del convenio:

1. El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), creado mediante Decreto Ejecutivo N° 1668, es una entidad de derecho público, adscrita al Ministerio de Inclusión Económica y Social, con gestión desconcentrada.
2. El "INSTITUTO" tiene como una de sus funciones financiar la organización y ejecución de proyectos que presenten las entidades que integran la economía popular y solidaria, promoviendo su desarrollo y solidez productiva y financiera.
3. El MIES, mediante Acuerdo Ministerial No. 080 de 25 de septiembre de 2007, publicado en el Registro Oficial No. 190, expidió las Normas para el financiamiento de proyectos de desarrollo social, protección integral familiar y donaciones, ayudas, o subvenciones.
4. El "INSTITUTO" conviene con la "ORGANIZACIÓN" la ejecución del Proyecto "Mejorar las condiciones de vida de las Madres y sus hijos con capacidades diferentes del Sur de Quito, a través de la Organización Comunitaria, Capacitación Laboral y Generación de Pequeños Emprendimientos, de acuerdo con los términos acordados en el presente convenio y a lo dispuesto en el documento proyecto adjunto, que forma parte del presente convenio.

#### **4.1.1.2. OBLIGACIONES DE LAS PARTES**

##### **➤ OBLIGACIONES DEL INSTITUTO:**

- a) Cumplir con las obligaciones establecidas en el presente convenio.
- b) Cofinanciar el Proyecto mediante la transferencia a la "ORGANIZACIÓN" de recursos económicos señalados en la cláusula sexta de los desembolsos.
- c) Realizar el seguimiento y el control de la ejecución Proyecto con la debida diligencia y responsabilidad.

##### **➤ OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN:**

- a) Ejecutar el Proyecto "Mejorar las condiciones de vida de las Madres y sus hijos con capacidades diferentes del Sur de Quito, a través de la Organización Comunitaria, Capacitación Laboral y Generación de Pequeños Emprendimientos", de acuerdo con lo establecido en el proyecto, aprobado por el Comité Local de Gestión de Proyectos de la provincia de Pichincha según Acta No. 1 de 28 de Septiembre de 2009.
- b) Administrar los recursos entregados por el "INSTITUTO", de conformidad con la ley, cumpliendo con los procedimientos establecidos para las adquisiciones, compras o contrataciones, determinados por la Ley Orgánica del Sistema de Contratación Pública y su Reglamento General de aplicación, para el manejo de recursos públicos; así mismo, la "ORGANIZACIÓN", deberá transparentar la operación del proyecto, permitir la oportuna rendición de cuentas y prevenir abusos.
- c) Para la adquisición de bienes y prestación de servicios la "ORGANIZACIÓN" efectuará el pago contra entrega; mecanismo que se hará constar de manera expresa en los pliegos; proporcionar de forma inmediata y en el momento que sea requerido por el "INSTITUTO", informes sobre el grado de ejecución, el uso de los recursos proporcionados y sobre cualquier otro tema relacionado al proyecto.
- d) Presentar al "INSTITUTO", los informes de la ejecución del proyecto, como sistema de control, entre los cuales se deberá establecer mecanismos de contraloría social y los

requisitos para su conformación, para asegurar que la población beneficiaría haga uso de esta práctica de transparencia y rendición de cuentas.

e) Restituir inmediatamente los saldos aportados por el "INSTITUTO", que por algún motivo no fueren utilizados en la ejecución del proyecto o en su reprogramación, de acuerdo al artículo 38 del Acuerdo Ministerial No. 080 de 25 de septiembre de 2007.

El incumplimiento de esta disposición causará la ejecución de las garantías, sin perjuicio de otras responsabilidades.

f) Publicitar que el Proyecto se ejecuta con el cofinanciamiento del "INSTITUTO"; a través de la colocación de un letrero en el que conste que este proyecto "Mejorar las condiciones de vida de las Madres y sus hijos con capacidades diferentes del Sur de Quito, a través de la Organización Comunitaria, Capacitación Laboral y Generación de Pequeños Emprendimientos", es cofinanciado por el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria del Ministerio de Inclusión Económica y Social.

g) Llevar la Contabilidad de los gastos del Proyecto, con los respectivos documentos de respaldo y responder ante los organismos de control del Estado por la correcta utilización de los recursos.

h) Entregar al "INSTITUTO" las memorias, productos y demás documentos que den fe del cumplimiento del objeto del Convenio, en soportes impresos y magnéticos; y a más de las obligaciones ya establecidas en el presente Convenio y en las condiciones del Proyecto, la "ORGANIZACIÓN", está obligada a cumplir con las que se deriven natural y legalmente del objeto del Convenio y puede ser exigible por constar en cualquier documento del mismo o en norma legal específicamente aplicable al mismo.

➤ **OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES CONJUNTAS:**

a) Cofinanciar el Proyecto " Mejorar las condiciones de vida de las Madres y sus hijos con capacidades diferentes del Sur de Quito, a través de la Organización Comunitaria, Capacitación Laboral y Generación de Pequeños Emprendimientos".

b) Las personas vinculadas al proyecto en los procesos de presentación, aprobación, firma del convenio, ejecución, seguimiento, evaluación y cierre del proyecto, serán individual y solidariamente responsables del cumplimiento de los objetivos propuestos en el proyecto; así como también, responderán sobre las responsabilidades administrativas, : civiles o penales, que puedan derivarse del control interno del "INSTITUTO" o de la Contraloría General del Estado, sobre el destino, manejo y utilización de los recursos públicos transferidos por el "INSTITUTO".

c) Mantener reuniones periódicas para analizar el avance de la ejecución del proyecto.

#### **4.1.1.3. ADMINISTRACIÓN Y CONTROL**

El control de la ejecución del Convenio y del Proyecto estará a cargo del "INSTITUTO" y se lo hará de la siguiente manera:

**CONTROL INTERNO:** se realizará a través de los equipos técnicos designados por el "INSTITUTO" quienes tendrán a cargo del seguimiento de la ejecución del presente convenio hasta el cierre del mismo.

**CONTROL EXTERNO:** se llevará a cabo a través del Comité de Contraloría Social, conformado por las partes, para exigir el cumplimiento del Convenio, normas, especificaciones técnicas, verificando su cumplimiento de calidad, cantidad, tiempo, costo y la buena utilización de los recursos públicos. Este comité se integrará con un funcionario del "INSTITUTO".

**SEGUIMIENTO:** revisión periódica de la utilización de los insumos previstos en el proyecto para el logro de productos, con el fin de alertar sobre posibles problemas o desviaciones y tomar las decisiones más acertadas.

**EVALUACIÓN:** se realizará al final del proyecto para valorar el logro del objetivo y resultados del proyecto, así como el impacto en las condiciones de vida de la población.

#### **4.1.1.4. TERMINACIÓN DEL CONVENIO**

El Convenio terminará por:

- a) Cumplimiento de su objeto
- b) Expiración del plazo de ejecución
- c) Por mutuo acuerdo de las partes
- d) Por sentencia ejecutoriada que declare la nulidad del Convenio
- e) En forma anticipada y unilateral por decisión del "INSTITUTO", por incumplimiento del Acuerdo Ministerial No. 080, con sus respectivas reformas, o del Convenio por parte de la "Organización"
- f) Por así exigirlo el interés público.

##### **➤ TERMINACIÓN POR MUTUO ACUERDO**

De presentarse circunstancias imprevistas, técnicas o económicas, por las que no fuere posible o conveniente para las partes, ejecutar total o parcialmente el objeto de éste Convenio podrán convenir en la extinción de todas o algunas de las obligaciones contractuales, en el estado en que se encuentren, para lo cual se requerirá los informes técnicos y los documentos de soporte pertinentes.

##### **➤ TERMINACIÓN ANTICIPADA Y UNILATERAL DEL CONVENIO**

La terminación Unilateral del Convenio puede darse cuando la "ORGANIZACIÓN" incurra en las siguientes causas:

- a) Incumplimiento del objeto del Convenio
- b) Utilizar los recursos aportados por el "INSTITUTO" en fines distintos de los aprobados
- c) Ceder o transferir el Convenio, el proyecto o los recursos proporcionados por el "INSTITUTO"
- d) Subcontratar la realización del proyecto
- e) Suspensión de la ejecución del Proyecto sin autorización del "INSTITUTO".

De producirse las circunstancias antes indicadas, el "INSTITUTO" elaborará un informe motivado, con señalamiento del incumplimiento en que ha incurrido la "ORGANIZACIÓN".

El "INSTITUTO" notificará por escrito a la "ORGANIZACIÓN" en el que se indicará el incumplimiento en que ha incurrido y le remitirá el informe antes mencionado, concediéndole el plazo de quince días para que presente las justificaciones correspondientes.

En caso de que la "ORGANIZACIÓN", no justifique o remedie el incumplimiento en ese plazo, el "INSTITUTO" dará por terminada anticipada y unilateralmente el Convenio, mediante resolución. Este acto administrativo implica la devolución inmediata de los recursos proporcionados más la ejecución de la garantía rendida.

En caso de terminación del convenio por decisión unilateral del "INSTITUTO", no se podrá celebrar otro convenio para el mismo objeto y la "ORGANIZACIÓN" que incumpla no podrá acceder ni volver a suscribir convenio alguno con el "INSTITUTO", sin perjuicio del establecimiento de responsabilidades a que haya lugar.

En este caso, el "INSTITUTO", ejecutará la garantía presentada para asegurar el fiel cumplimiento del Convenio y el buen uso de los recursos.

#### ➤ **LIQUIDACIÓN DEL CONVENIO**

A la terminación del convenio por cualquier causa, el "INSTITUTO", a cuyo cargo se encuentra la gestión del proyecto, procederá a su cierre y a la correspondiente liquidación técnica, económica y legal para lo cual podrá requerir el apoyo de las dependencias centrales del "INSTITUTO".

Para este mismo propósito, la "ORGANIZACIÓN" entregará al "INSTITUTO", el informe final del proyecto que contendrá la información relacionada con la ejecución del

convenio, la ejecución del proyecto y el cumplimiento de las obligaciones adquiridas y entregará todos los comprobantes en copias certificadas que sustente el movimiento de ingresos y egresos.

En el cierre y liquidación constarán en cada acta suscrita por las partes del convenio, salvo cuando la "ORGANIZACIÓN" no comparezca o se niegue sin fundamento alguno a la suscripción de dicha acta en cuyo caso el cierre y liquidación será realizado en forma unilateral por parte del "INSTITUTO".

La garantía para asegurar el fiel cumplimiento del convenio y el buen uso de los recursos será devuelta luego de la firma del documento que contenga el cierre y liquidación del convenio

#### **4.1.2. CONSTITUCIÓN**

Para iniciar un negocio es necesario cumplir con requisitos legales establecidos por la Ley Ecuatoriana para eso es necesario determinar qué tipo de Empresa se va a constituir. Cabe recalcar que de acuerdo a las características de la micro empresa resulta conveniente crear una cooperativa debió a que es la que más se acopla a las circunstancias de los proyectos que tienen por finalidad mejorar las condiciones de vida de la madres de niños con capacidades diferentes del sur de Quito; y los cuales son: Micro empresa destinada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales, Cafetería en el hospital “Un canto a la vida”, Salón de belleza y spa, Restaurante y Pastelería.

Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> <http://www.monografias.com/trabajos12/regfisc/regfisc.shtml>

Es decir que son cooperativas las sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales y jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y reasignar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada por la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros.

#### ❖ **CARACTERÍSTICAS ESENCIALES:**

- ✓ Esta sociedad necesita forzosamente un número de socios no menor de 10.
- ✓ Un capital variable y principalmente debe funcionar sobre principios de igualdad dentro del régimen de derechos y obligaciones de sus miembros.
- ✓ No persigue fines lucrativos y busca el mejoramiento social y económico de sus trabajadores.
- ✓ La igualdad comienza en la forma de repartir entre los asociados la proporción del tiempo trabajado o bien al monto de las operaciones realizadas.

#### **4.1.2.1. PRINCIPIOS DE UNA COOPERATIVA**

Es importante señalar que la cooperativa debe regirse a los siguientes principios:

##### 1. Adhesión voluntaria y abierta:

Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socio, sin discriminación social, política, religiosa, racial o de sexo.

##### 2. Gestión democrática por parte de los socios:

Las Cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por los socios, los cuales participan activamente en la fijación de sus políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar y gestionar las cooperativas son responsables ante los socios. En las cooperativas de primer grado, los socios tienen iguales derechos de voto (un socio, un voto), y las cooperativas de otros grados están también organizadas de forma democrática.



### 3. Participación Económica de los socios:

Los socios contribuyen equitativamente al capital de sus cooperativas y la gestionan de forma democrática. Por lo menos parte de este capital es normalmente propiedad común de la cooperativa. Por su capital los socios reciben una compensación si se producen excedentes, además de estos excedentes se apropian las reservas correspondientes.

### 4. Autonomía e independencia:

Las cooperativas son organizaciones autónomas de autoayuda, gestionadas por sus socios, si firman acuerdos con otras organizaciones incluidos los gobiernos o si consiguen capital de fuentes externas, lo hacen en condiciones que aseguren el control democrático por parte de sus socios y mantengan su autonomía cooperativa.

### 5. Educación, formación e información:

Las cooperativas proporcionan educación y formación a los socios, a los representantes elegidos, a los directivos y a los empleados para que puedan contribuir de forma eficaz al desarrollo de sus cooperativas, informan al público especialmente a los jóvenes y a los líderes de opinión, de la naturaleza y los beneficios de la cooperativa.

### 6. Cooperación entre Cooperativas:

Las cooperativas sirven a sus socios lo más eficazmente posible y fortalecen a movimiento cooperativo trabajando conjuntamente mediante estructuras locales nacionales, regionales e internacionales.

### 7. Interés por la Comunidad:

Las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus socios.

### **4.1.3. REQUISITOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE LA MICRO EMPRESA**

Se considera de suma importancia que para que la micro empresa labore de manera legal de proceder a obtener varios permisos y requisitos los cuales se detallan a continuación:

#### **4.1.3.1. REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE**

➤ **Descripción:**

Deben inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

➤ **Requisitos:**

- ✓ Formulario 01A y 01B.
- ✓ Escrituras de constitución.
- ✓ Nombramiento del Representante legal o agente de retención.
- ✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- ✓ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- ✓ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

➤ **Procedimiento:**

El contribuyente se acerca a cualquier de las ventanillas de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC)

➤ **Costo:** \$0\$ Sin costo.

➤ **Tiempo Estimado de Entrega:** 5 minutos

#### **4.1.3.2. PATENTE MUNICIPAL:**

##### **Requisitos generales:**

1. Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas”.
2. Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
3. Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
4. Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
5. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales.
6. Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).

#### **4.1.3.3. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

Por otra parte se puede decir que para la constitución de la microempresa es necesario obtener el permiso de funcionamiento para lo cual se necesita los siguientes requisitos:

- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Carta del impuesto predial

- Copia del RUC
- Certificado de salud
- Patente
- Formulario de funcionamiento

#### **4.1.3.4. PERMISO DE SALUD**

Para obtener el permiso de salud es necesario realizar el siguiente procedimiento:

- Obtener un turno en el centro de Salud número 19 o 20
- Cancelar \$3,50 dólares
- Entrega de muestra de exámenes de sangre, eses y orina
- Recepción de los resultado de exámenes al siguiente día de la toma de las muestras
- Cancelar 0,50
- Entrega de una foto tamaño carnet

#### **4.1.3.5. PERMISO DE BOMBEROS**

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

PERMISO TIPO C:

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

Cabe recalcar que para este trámite se necesita de los siguientes requisitos:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC

- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

#### **4.1.3.6. PATENTE DE MARCA**

Una marca es un signo distintivo que indica que ciertos bienes o servicios han sido producidos o proporcionados por una persona o empresa determinada.<sup>41</sup>

#### **Requisitos para el Registro de un Signo Distintivo:**

- Formulario impreso de lado y lado, documento que lo podrá adquirir en la página web: [www.iepi.gob.ec](http://www.iepi.gob.ec), o directamente en nuestras oficinas. Se requieren dos ejemplares para su presentación.
- Denominación del signo
- Naturaleza del Signo (denominativo, figurativo, mixto, sonoro, olfativo, táctil)
- Tipo de signo (marca de producto, marca de servicio, nombre comercial, lema comercial, Indicación Geográfica/Denominación de Origen, apariencia distintiva, marca colectiva, marca de certificación, rótulo o enseña comercial)
- Nombre, domicilio, nacionalidad del solicitante
- Nacionalidad del signo, es decir, país donde se produce o presta sus servicios o actividades.
- En caso de firmar el Representante Legal (en caso de personas jurídicas) o Apoderado, enunciar los nombres, apellidos, dirección, teléfonos, entre otros
- Si la solicitud es presentada para legitimar el interés en el Ecuador enunciar los datos pertinentes
- Para el caso de marcas figurativas o mixtas adherir en la casilla No. 9 del formulario, la etiqueta correspondiente.
- Descripción clara y completa del signo, es decir, si se trata de un signo denominativo, enunciar que palabras lo conforman, si es figurativo, describir las formas, colores, etc. Y si es mixto, describir la parte correspondiente a las letras y las figuras que lo conforman.

---

<sup>41</sup>[http://www.iepi.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=78:que-es-una-marca&catid=38:propiedad-industrial&Itemid=101](http://www.iepi.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=78:que-es-una-marca&catid=38:propiedad-industrial&Itemid=101)

- Enunciación de los productos, servicios o actividades que protege, de acuerdo con la Clasificación.
- Número de la clasificación de acuerdo con los productos o servicios que ampara.
- Para el caso de solicitarse un Lema Comercial, debe indicarse la marca a la que acompaña, enunciándose la denominación, número de solicitud o registro, la fecha, clase internacional de la marca a la que acompaña el lema.
- En caso de solicitarse un signo con prioridad, es decir, dentro de los 6 meses de haberse solicitado un signo en cualquiera de los países de la Comunidad Andina, se deberá enunciar los datos del signo solicitado, la fecha de presentación, el número de trámite y el país
- Toda solicitud de registro debe ser patrocinada por un Abogado, enunciándose su nombre, casillero IEPI (en Quito, Guayaquil o Cuenca) o Judicial (solo en Quito), para el caso de abogados de otras provincias que no sean Pichincha o Guayas, podrán señalar una dirección domiciliaria para efecto de notificaciones
- Como documentos anexos, deberán incorporar:
  - a) Comprobante original de pago de tasa. El comprobante deberá constar a nombre del solicitante o el Abogado Patrocinador.
  - b) Para el caso de marcas figurativas o mixtas, 6 etiquetas en papel adhesivo de 5X5 cm.
  - c) Copia de la cédula de ciudadanía, para el caso de que el solicitante sea persona natural.
  - d) Copia de la primera solicitud, en caso de reivindicar prioridad.
  - e) Poder, en caso de no firmar directamente el solicitante o su Representante Legal
  - f) Nombramiento del Representante Legal
  - g) Para el caso de marcas de certificación y colectivas, el reglamento de uso de la marca, lista de integrantes, copia de los estatutos del solicitante.
  - h) Para el caso de denominaciones de origen, designación de la zona geográfica, documento que justifique el legítimo interés, reseña de calidades, reputación y características de los productos.
- Firma del Solicitante

- Firma del Abogado Patrocinador, número de matrícula

## **4.2. FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA**

En la factibilidad administrativa se debe revisar las condiciones de dotación de los recursos suficientes para poner a operar la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; considerando factores que influyen directamente en su buen funcionamiento.

### **4.2.1. MISIÓN**

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes en el área de los arreglos tanto de flores como de frutas y en el servicio de decoración para eventos sociales, con el fin de ayudarlo a expresar todos esos sentimientos de manera personal o en eventos sociales; para lo cual se creará una estructura administrativa y productiva que permita buscar permanente el liderazgo en sus respectivos campos de acción en el mercado de la calidad en el servicio al cliente para mantenerse y asegurarlo.

### **4.2.2. VISIÓN**

Ser una empresa reconocida y posicionada en la ciudad de Quito por su excelente calidad y variedad de alternativas en cuanto a arreglos tanto en flores como en frutas; mediante la capacitación de nuestro talento humano aplicando las técnicas modernas en el arte floral, creando expectativa en nuestros clientes y personas que deseen utilizar el servicio.

### **4.2.3. VALORES**

- ✓ Liderazgo: Se refiere básicamente a la capacidad de una persona para lograr mejorar el futuro a través de la organización de un grupo determinado de personas.

- ✓ Integridad: Enfocado en ser auténticos.
- ✓ Responsabilidad: Cumplir a cabalidad con cada una de las tareas y actividades asignadas y en el tiempo establecido.
- ✓ Colaboración: Es decir que consiste en capitalizar los beneficios del talento colectivo.
- ✓ Innovación: Enfocado básicamente en buscar, imaginar, crear.
- ✓ Calidad: Es decir que todo lo que hacemos lo hacemos bien.

#### **4.2.4. OBJETIVOS EMPRESARIALES**

- ❖ Determinar los trámites y requisitos legales necesario para la creación de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.
- ❖ Establecer una estructura administrativa adecuada que permita desarrollar y sostener la organización de la micro empresa, para de esa manera lograr altos índices de eficiencia y eficacia.
- ❖ Conocer los recursos que se van a utilizar en la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales y de esa manera poder establecer estándares de calidad.
- ❖ Implementar un plan de marketing con el propósito de promocionar y dar a conocer los productos y servicios que la micro empresa va a expender para de esa manera lograr posicionarse en el mercado objetivo.

#### **4.2.5. POLÍTICAS**

Las políticas principales que se plantearán para el buen funcionamiento de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; están enfocadas en cinco puntos principales que son:

##### **1. Políticas Generales:**

- Realizar todo trabajo con excelencia.



- Todos deben mantener un comportamiento ético.
- Desterrar toda forma de paternalismo y favoritismo, cumpliendo la reglamentación vigente.
- Impulsar el desarrollo de conocimientos teóricos y prácticos de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación.
- Realizar evaluaciones periódicas y permanentes a todos los procesos de la organización.
- Mantener en la empresa un sistema de información sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.

## **2. Políticas del Personal:**

- Los puestos de trabajo en la micro empresa son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Todas las actividades son susceptibles de delegación, tanto en la acción como en su responsabilidad implícita.
- Laborar con el uniforme siempre en buen estado y limpio.
- Cumplir con los horarios de trabajo previamente establecidos.

## **3. Políticas de Servicio:**

- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes considerando sus solicitudes y reclamos.
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la micro empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
- Proporcionar la información necesaria de los productos y servicios que ofrece la micro empresa a los clientes.

## **4. Políticas de Finanzas:**

- Llevar un registro contable de todas las operaciones que realice la micro empresa mediante un programa contable.

- Emitir los balances y estados correspondientes en el período oportuno.

### **5. Políticas de Ventas:**

- Diseñar constantemente promociones que atraigan la atención de los clientes
- Ofrecer nuevos modelos de arreglos tanto de flores como de frutas y el servicio de decoración para eventos sociales.
- Diseñar un catálogo de los modelos tanto de flores como de frutas de modelos actuales.

#### **4.2.6. ESTRATEGIAS**

Las estrategias son principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar; además es importante destacar que una estrategia muestra cómo una institución pretende llegar a esos objetivos.<sup>42</sup>

En otras palabras se puede decir que una estrategia constituye la ruta a seguir por las grandes líneas de acción contenidas en las políticas nacionales para alcanzar los propósitos, objetivos y metas planteados en el corto, mediano y largo plazos.

#### **4.27. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y ORGANIGRAMA**

La modernización de las instituciones implica la transformación de la gestión administrativa así como cambios en las relaciones internas y con el entorno. Es por ello que resulta necesario flexibilizar las estructuras y promover esquemas que aseguren mayor compromiso de todas las dependencias de la micro empresa, agilizando los procesos internos.

---

<sup>42</sup> Administración de proyectos: GRAY CLIFFORD Larson Erikw; México, Mc Graw Hill 2009, 4ta. Edición.

### **OBJETIVO 1:**

Desarrollar una estructura organizacional para la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.

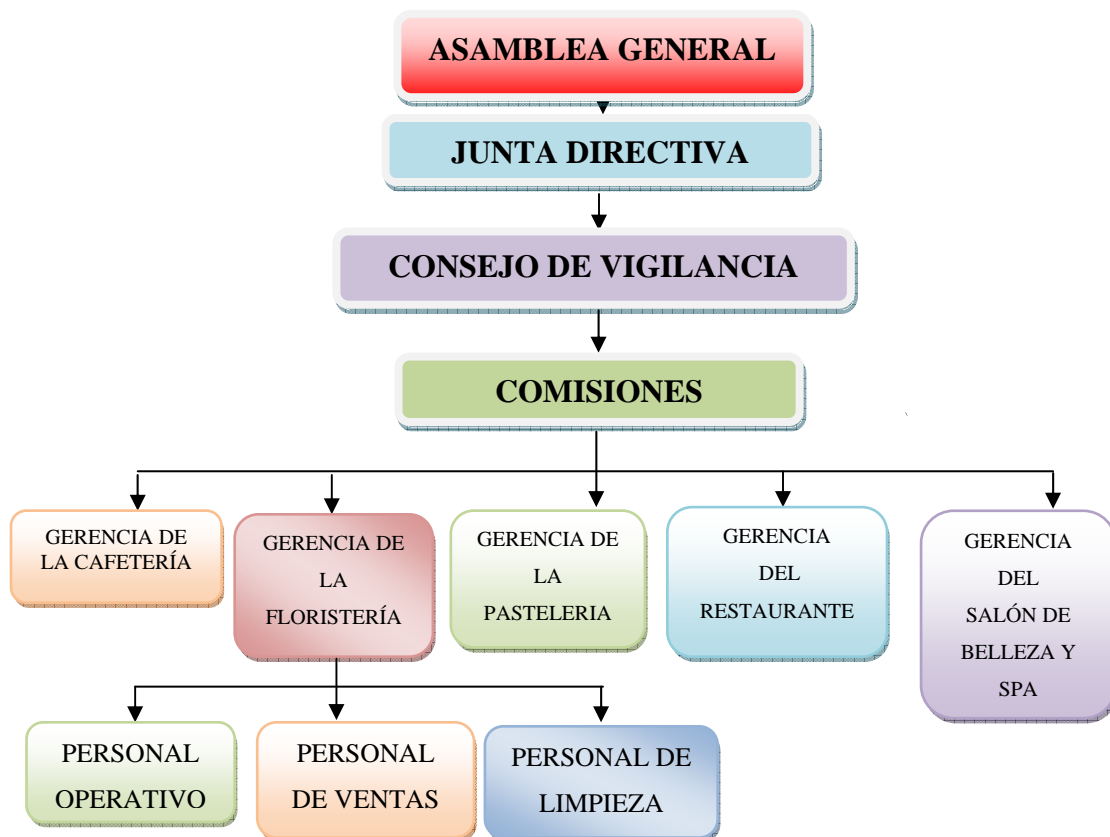
### **ESTRATEGIA:**

Diseñar un organigrama estructural y funcional para la micro empresa, con el propósito de establecer jerárquicamente cada uno de los cargos.

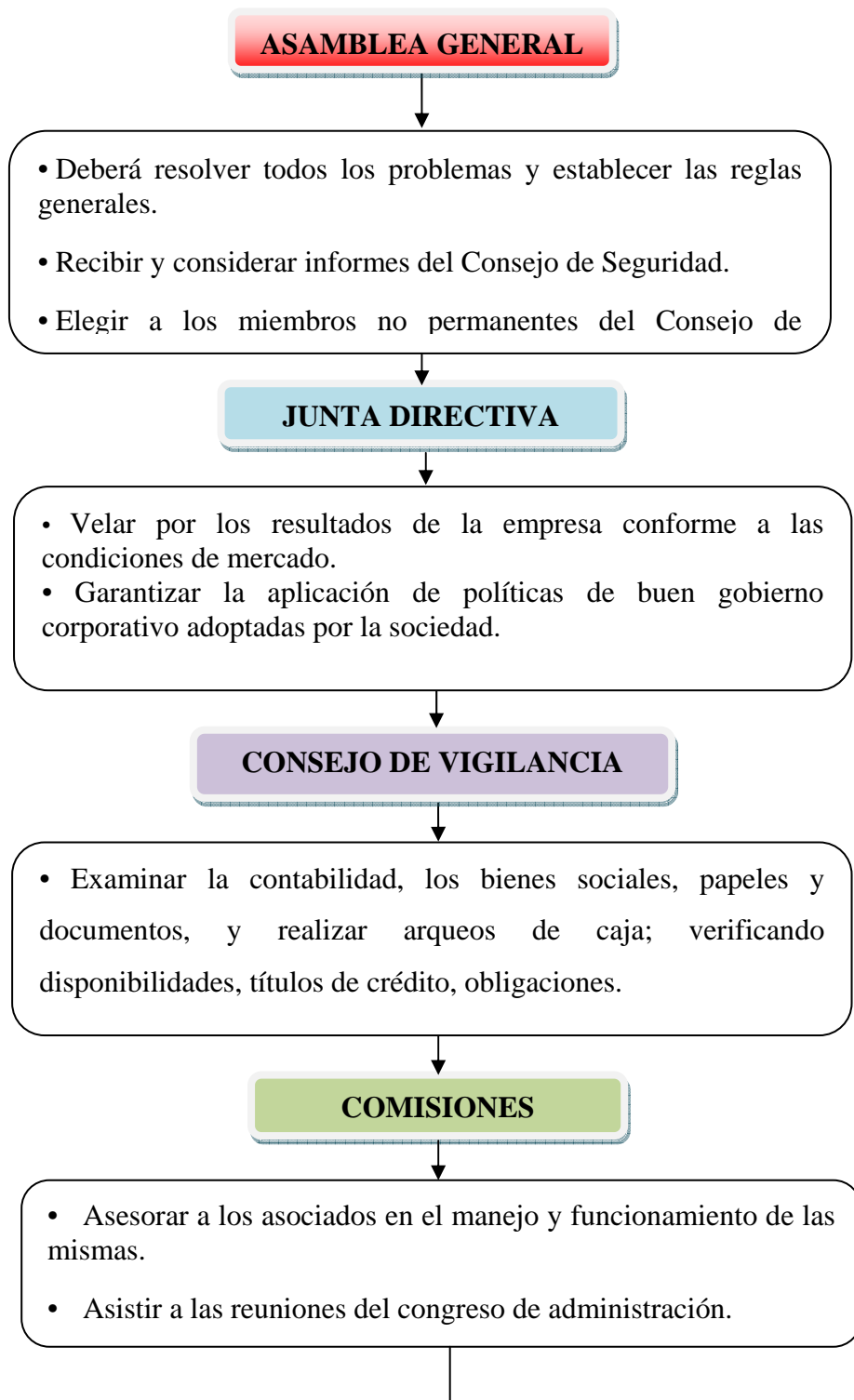
### **ORGANIGRAMA:**

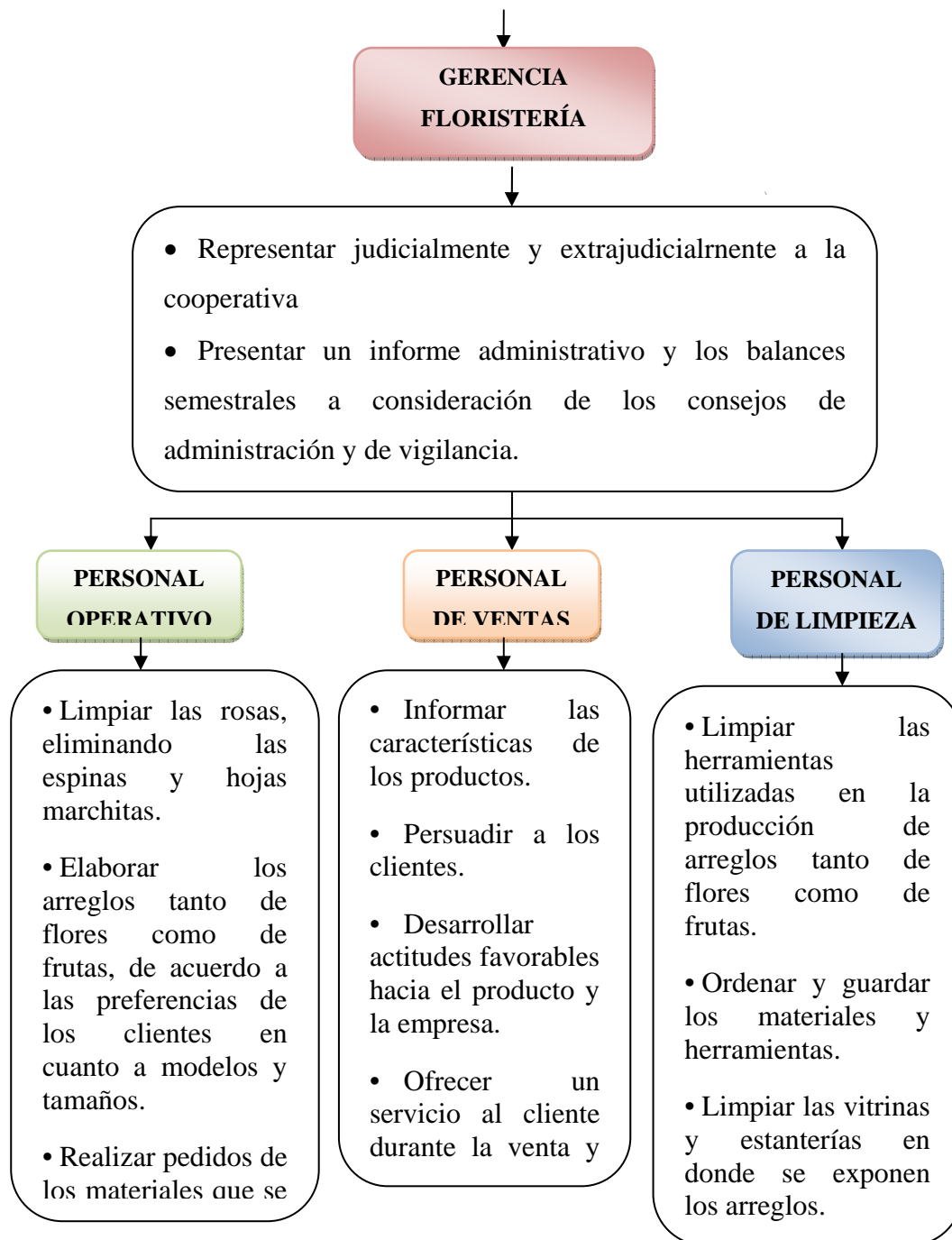
Es un esquema de la organización de la empresa; el mismo que permite la estructura de la organización representada y cumple un rol informativo al ofrecer datos sobre las características generales de la organización.

#### **4.2.7.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



#### 4.2.7.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL





#### **4.2.8. MANUAL DE FUNCIONES**

Un manual de funciones es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas; el cual a su vez será elaborado técnicamente basado en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores.<sup>43</sup>

Es importante recalcar que en el presente manual de funciones no se presenta perfiles de cada uno de los cargos debido a que es un proyecto que esta enfocado a madres de niño con capacidades diferentes del sur de Quito; las mismas que no poseen estudios superiores.

Por lo tanto quienes ocupen los diversos cargos tanto de la cooperativa como de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales serán las madres de niños con capacidades diferentes de los centro de Ceprodis, CDI y Amaguaña; que han sido capacitadas previamente en los siguientes ámbitos:

- Administrativo y Contables: En la Universidad Politécnica Salesiana
- Práctico: En el Centro de capacitaciones del Consejo Provincial, en los cursos de Floristería y Garnish. (Ver Anexo 1)

#### **OBJETIVO 2:**

Definir las funciones para la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.

#### **ESTRATEGIA:**

Elaborar manual de funciones con el propósito de establecer cada uno de los cargos y sobre todo sus respectivas tareas y obligaciones asignadas.

---

<sup>43</sup> <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/lecciones/capitulo3/funciones.htm>

## **TÍTULO DEL CARGO:** Asamblea General

Funciones:

- Reformar el estatuto
- Aprobar el plan de trabajo de la cooperativa
- Autorizar la adquisición de bienes a la enajenación o gravamen total o parcial de ellos
- Conocer los balances semestrales y los informes relativos a la marcha de la cooperativa, y aprobarlos o rechazarlos
- Decretar la distribución de los excedentes, de conformidad con la ley, establecida en el reglamento y el estatuto
- Elegir y remover, con causa justa, a los miembros de los consejos de administración y vigilancia, de las comisiones especiales y a sus delegados ante cualquier institución a la que pertenezca la entidad con sujeción a lo prescrito en el estatuto
- Relevar de sus funciones al gerente con causa justa
- Acordar la disolución de la cooperativa, su fusión con otra u otras y su afiliación a cualquiera de las organizaciones de integración cooperativa cuya afiliación no sea obligatoria
- Autorizar la emisión de certificados de aportación
- Resolver en apelación sobre las reclamaciones o conflictos de los socios entre sí; de estos con cualquiera de los organismos de la cooperativa.

## **TÍTULO DEL CARGO:** Consejo de Administración

Funciones:

- Dictar las normas generales de administración interna de la sociedad, con sujeción a la ley de este reglamento y al estatuto
- Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso de nuevos socios
- Sancionar a los socios que infrinjan las disposiciones legales, reglamentarias o estatutarias
- Nombrar y remover, con causa justa, al gerente y subgerentes, administradores, jefes de oficina y empleados caucionados

- Reglamentar las atribuciones y funciones del gerente y del personal técnico administrativo de la cooperativa
- Exigir al gerente y demás empleados que manejen fondos de la cooperativa, la caución que juzgare conveniente
- Autorizar los contratos en los que intervenga la cooperativa, en la cuantía que fije el estatuto
- Autorizar los pagos cuya aprobación le corresponda de acuerdo al estatuto
- Elaborar la pro forma presupuestaria y el plan de trabajo de la cooperativa y someterlos a consideración de la asamblea general
- Presentar a la aprobación de la asamblea general la memoria anual y los balances semestrales de la cooperativa, conjuntamente con el dictamen emitido por el consejo de vigilancia
- Someter a consideración de la asamblea general el proyecto de reformas al estatuto
- Autorizar la transferencia de los certificados de aportación, que solo podrá hacerse entre socios o a favor de la cooperativa
- Sesionar una vez por semana

**TÍTULO DEL CARGO:** Consejo de Vigilancia

Funciones:

- Supervisar todas las inversiones económicas que se hagan en la cooperativa
- Controlar el movimiento económico de la cooperativa y presentar el correspondiente informe a la asamblea general
- Cuidar que la contabilidad se lleve regularmente y con la debida corrección
- Emitir su dictamen sobre el balance semestral y someterlo a consideración de la asamblea general, por intermedio del consejo de administración
- Dar el visto bueno o vetar, con causa justa, los actos o contratos en que se compromete bienes o crédito de la cooperativa cuando no estén de acuerdo con los intereses de la institución o pasen del monto establecido en el estatuto
- Sesionar una vez por semana



**TÍTULO DEL CARGO:** Comisiones Especiales referente al Comité de Crédito

Funciones:

- Estudiar las solicitudes de préstamo y aprobarlas, aplazarlas o rechazarlas, de acuerdo a los límites fijados por la ley, los estatutos de la cooperativa y cualesquiera otras normas establecidas por el consejo de administración sobre e! particular
- Levantar actas de las reuniones, las que deben estar firmadas por los integrantes del comité presentes.
- En algunos casos el comité de crédito está autorizado para delegar la responsabilidad de aprobar ciertos préstamos al gerente o tesorero, o a un "oficial de préstamos", el que generalmente es un empleado remunerado de la cooperativa, esto es especialmente cierto en cooperativas que por el número elevado de socios y el gran volumen de solicitudes, el comité virtualmente no tiene tiempo de estudiar todas las solicitudes y autoriza al gerente o a un oficial de préstamos a aprobar estos hasta cierta cuantía. Esta práctica también ayuda a agilizar considerablemente la aprobación de prestarnos pequeños.
- Resolución. Después de un estudio concienzudo de las consideraciones enumeradas anteriormente, el comité de crédito debe decidir sobre la solicitud de préstamo mediante el voto unánime de aquello, de sus integrantes que estén presentes.

**TÍTULO DEL CARGO:** Comisión de Asuntos Sociales

Funciones:

- La comisión de asuntos sociales tiene por finalidad estudiar y solucionar problemas sociales de la cooperativa con respecto a seguros de vida, atención médica dental, fondo mortuario, ayuda económica en caso de desgracia o calamidades de los socios, actividades sociales y deportivas, e interrelación.
- La comisión de asuntos sociales tiene que ver fundamentalmente con los bienes, los socios y con los problemas sociales de la cooperativa. Su tarea es de que el sentido humano y su objetivo central tienda a cohesionar al grupo.

- Los integrantes del comité de asuntos sociales deben tener vocación social; es ser individuos que entiendan los problemas de los otros y que posean la suficiente sensibilidad para encontrar la solución más eficaz que mitigue por lo menos parte el apremio social en que puedan encontrarse los cooperadores y sus familias.

**TÍTULO DEL CARGO:** Gerencia

Funciones:

- Representar judicialmente y extrajudicialmente a la cooperativa
- Organizar la administración de la empresa y responsabilizarse de ella
- Cumplir y hacer cumplir a los socios las disposiciones emanadas de la asamblea general y de los consejos
- Rendir la caución correspondiente
- Presentar un informe administrativo y los balances semestrales a consideración de los consejos de administración y de vigilancia
- Suministrar todos los datos que le soliciten los socios o los organismos de la cooperativa
- Nombrar, aceptar renuncias y cancelar a los empleados cuya asignación o remoción no corresponda a otros organismos de la cooperativa
- Vigilar que se lleve correctamente la contabilidad
- Firmar los cheques, junto con el presidente

**TÍTULO DEL CARGO:** Personal Operativo

Funciones:

- Receptar los materiales entregado por los proveedores
- Limpiar las rosas e hidratarlas
- Limpiar las frutas
- Guarda los materiales de producción
- Cortar los tallos de las rosas de acuerdo al modelo asignado
- Preparar la base con el oasis para el arreglo tanto de flores como de frutas
- Elaborar los arreglos florales

- Cortar las frutas
- Seleccionar el modelo de arreglo que se va a elaborar
- Elaborar el arreglo de frutas

**TÍTULO DEL CARGO:** Personal de Ventas

Funciones:

- Ubicar los productos elaborados en las vitrinas de exhibición
- Recibir a los clientes que visiten el local
- Brindar información de los productos que se ofrece y sus respectivos precios
- Persuadir al cliente motivándole a realizar la compra
- Ofrecer una tarjeta para que el cliente escriba la dedicatoria
- Perfumar el arreglo seleccionado por el cliente
- Receptar el dinero correspondiente del arreglo
- Emitir comprobante de venta
- Dar el vuelto
- Entrega del arreglo a los clientes
- Receptar llamadas telefónicas
- Brindar información de los arreglos
- Tomar los datos del cliente
- Preparar el pedido
- Realizar la entrega a domicilio
- Cumplir con los horarios de trabajo a cabalidad

**TÍTULO DEL CARGO:** Personal de Limpieza

Funciones:

- Limpiar el establecimiento antes de que empiece a ofrecer sus productos y servicios
- Limpiar las estanterías en donde se exhiben los arreglos
- Limpiar las herramientas utilizadas en la producción de arreglos

- Ordenar las herramientas utilizadas en el proceso productivo

Es importante señalar que los cargos del personal operativo, de ventas y de limpieza son rotativos debido a que todas las personas que pertenecen al proyecto están capacitadas para realizar dichas actividades.

#### **4.2.9. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

La micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; llevara sus registros contables mediante el programa de MONICA; debido a que es fácil de usarlo y además facilita algunos procesos.

Por otra parte se puede decir que a través de este programa se controlará los productos existentes en el almacén mediante la emisión de inventarios y además se puede hacer su lista de precios. Así mismo puede enviar cotizaciones a sus proveedores y luego convertirlos en ordenes de compra.






### **4.3. FACTIBILIDAD OPERATIVA O INGENIERÍA DE PROYECTOS**

El desarrollo de esta factibilidad permite determinar la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos y metas señalados; además sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión.

#### **4.3.1. MANUAL DE PROCESOS**

Es importante destacar que el Manual de Procesos permite documentar la experiencia, el conocimiento y las técnicas que se generan en un organismo; se considera que esta suma de experiencias y técnicas conforman la tecnología de la organización, misma que sirve de base para que siga creciendo y se desarrolle.

Cabe recalcar que a continuación se desarrollara un manual de procesos para la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; además se establecerá flujogramas que permitan plasmar cada uno de los procesos y para lo cual se tomará en cuenta la siguiente simbología de la norma ISO 9000:

SIMBOLO	REPRESENTA
	Operación. Fase del proceso, método o procedimiento
	Inspección y medición. Representa el hecho de verificar la naturaleza, calidad y cantidad de los insumos y productos.
	Operación e inspección. Indica la verificación o supervisión durante las fases del proceso, método o procedimiento de sus componentes.
	Transportación. Indica el movimiento de personas, material o equipo.
	Demora. Indica retraso en el desarrollo del proceso, método o procedimiento.
	Decisión. Representa el hecho de efectuar una selección o decidir una alternativa específica de acción.
	Entrada de bienes. Productos o material que ingresan al proceso.
	Almacenamiento. Depósito y/o resguardo de información o productos.
	Datos. Elementos que alimentan y se generan en el procedimiento.
	Documento. Representa un documento que ingres, se procesa, se produce o sale del procedimiento.
	Proceso. Representa la ejecución de actividades u operaciones dentro del proceso, método o procedimiento.

### **OBJETIVO 3:**

Establecer una guía operativa para la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.

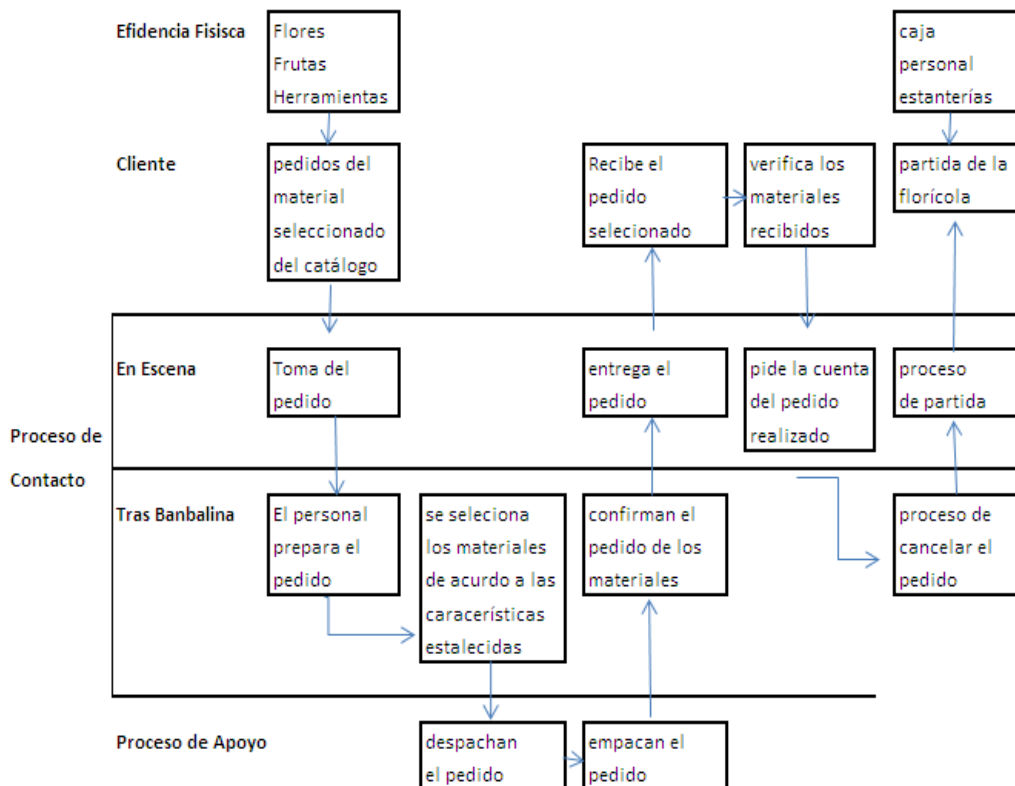
### **ESTRATEGIA 1:**

Elaborar un manual de procesos que permita producir los arreglos tanto de flores como de frutas con eficacia y eficiencia, a través del establecimiento de estándares de calidad.

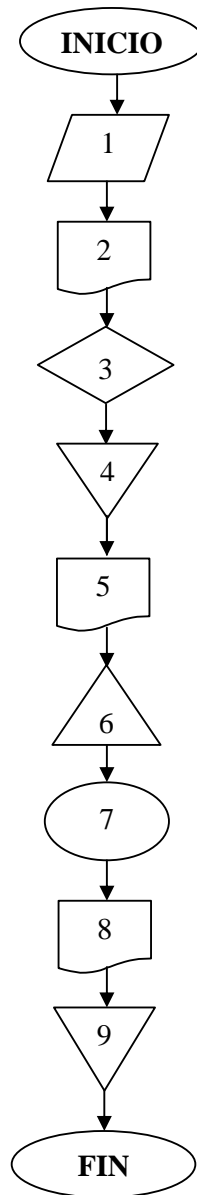
### 4.3.1.1. PROCESO DE ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA

1. Establecer materiales y recursos necesarios
2. Solicitar proformas a los proveedores
3. Selección del proveedor
4. Adquisición de materiales
5. Registro de materiales
6. Organización de materiales
7. Utilización de materiales
8. Inventario de materiales disponibles
9. Renovación de materiales

#### ❖ ESCALERA DEL PROCESO



## ❖ DIAGRAMA DE FLUJO



## ❖ ESTÁNDARES

### 1. Calidad

- ✓ Adquisición de materiales en buen estado que cumplen con los requerimientos del negocio
- ✓ Registro de materiales los mismos que deben cumplir con las condiciones requeridas

- ✓ Instalación de materiales en sus respectivas estanterías y ubicados de acuerdo al orden de prioridad.
- ✓ Distribución de los materiales en el espacio físico
- ✓ Conservación de los materiales adquiridos

## **2. Cantidad**

- ✓ Material adquirido en función de costo-beneficio
- ✓ Número de materiales registrados mensualmente
- ✓ Número de materiales adaptadas a las actividades
- ✓ Número de materiales utilizados por día
- ✓ Número de materiales previstos para la utilización diaria
- ✓ Número de materiales desechables

## **3. Tiempo**

- ✓ Horario de adquisición de materiales
- ✓ Tiempo requerido para el registro 4 minutos
- ✓ Tiempo de instalación de materiales
- ✓ Tiempo de organización de los materiales
- ✓ Tiempo de adaptación empleado una semana
- ✓ Tiempo de reposición de materiales ( dependiendo del material)
- ✓ Tiempo de mantenimiento de los materiales
- ✓ Tiempo de vida útil de los materiales
- ✓ Tiempo requerido para su adquisición

### **4.3.1.2.PROCESO DE PRODUCCIÓN**

Considerando que la micro empresa va ha ofrecer arreglos tanto de flores como de frutas, se puede decir que no existe un solo proceso de producción; es por ello que a continuación se establecerán subprocesos de los modelos tanto de flores como de frutas más usuales:



## **SUBPROCESO 1: ARREGLO FLORAL EN REDONDO**

1. Receptar la orden del modelo que se debe elaborar
2. Selección de los materiales que va ha utilizar
3. Transportar los materiales a la mesa de trabajo
4. Humedecer el oasis o espuma floral para eso basta con colocarlo dentro de un balde con abundante agua por unos minutos
5. Preparar la base con el oasis
6. Limpiar las rosas, sacando los pétalos y la hojas viejas o rotas
7. Elaborar el arreglo:
  - Cortar una rosa de tallo derecho y colocarla en el centro del oasis
  - Cortar cuatro rosas más pequeñas que la rosa del centro y colocarlas alrededor de esta no muy alejadas en forma inclinada
  - Cortar seis rosas más pequeñas que las rosas anteriores y colocar cuatro en cada esquina y las otras dos una a cada lado también inclinadas
  - Cortar seis rosas más pequeñas que las anteriores y colocar más abajo en el oasis intercalándolas con las seis rosas anteriores y en forma inclinada.
  - Cortar las astromelias de igual tamaño que las rosas ya colocadas en el oasis y colocamos junto a cada rosa.
  - Rellenar los espacios con mirto procurando que estos no sobrepasen la altura de las rosas.
8. Supervisión del arreglo elaborado

## **SUBPROCESO 2: ARREGLO FLORAL EN LINEA HORIZONTAL**

1. Receptar la orden del modelo que se debe elaborar
2. Selección de los materiales que va ha utilizar
3. Transportar los materiales a la mesa de trabajo
4. Humedecer el oasis o espuma floral para eso basta con colocarlo dentro de un balde con abundante agua por unos minutos
5. Preparar la base con el oasis

6. Limpiar las rosas, sacando los pétalos y la hojas viejas o rotas
7. Elaborar el arreglo:
  - Cortar una rosa de tallo derecho del tamaño de tres dedos y colocarla en el centro del oasis en forma recta.
  - Cortar dos rosas más pequeñas que la rosa del centro y colocarlas una a cada lado en forma inclinada.
  - Cortar dos rosas de igual tamaño que la rosa del centro y colocarlas a continuación de las dos anteriores en forma inclinada.
  - Cortar dos rosas mucho más largas que las rosas anteriores y colocarlas en forma sobresaliente y totalmente horizontal sobre la base de barro una a cada lado del oasis.
  - Cortar cuatro rosas del tamaño de la penúltima rosa y colocarlas una a cada lado de las últimas rosas un poco abiertas no en posición recta.
  - Cortar ocho rosas de igual tamaño a las segundas rosas y colocar en el oasis tres rosas delante de las tres rosas centrales del arreglo y tres rosas detrás un poco inclinadas, las dos últimas rosas son colocadas totalmente horizontales sobre la base de barro en línea recta de la rosa central del arreglo.
  - Cortar el áster de igual tamaño a las primeras once rosas y colocarlo junto a ellas, cortar también el mirto y el solidago de igual tamaño que las rosas del arreglo y colocarlos junto a estas rellenando los espacios.
8. Supervisión del arreglo elaborado

### **SUBPROCESO 3: ARREGLO FLORAL EN FORMA DE ABANICO**

1. Receptar la orden del modelo que se debe elaborar
2. Selección de los materiales que va ha utilizar
3. Trasportar los materiales a la mesa de trabajo
4. Humedecer el oasis o espuma floral para eso basta con colocarlo dentro de un balde con abundante agua por unos minutos
5. Preparar la base con el oasis
6. Limpiar las rosas, sacando los pétalos y la hojas viejas o rotas

7. Elaborar el arreglo:

- Escoger un cordelín que sea el más afro, cortar en punta el tallo y colocarlo en el centro en la parte de atrás de oasis. Luego cortar seis cordelines de diferentes tamaños y colocarlos uno a cada lado del arreglo en forma de abanico.
- Cortar tres rosas de diferentes tamaños y colocarlas inclinadas en el centro del oasis hacia adelante en forma de escalera. Luego cortar ocho rosas, dos de igual tamaño, las dos siguientes de menor tamaño que las anteriores, repetir este paso con las restantes y colocarlas en forma de abanico delante de los cordelines.
- Cortar seis rosas más pequeñas que las ocho anteriores y colocarlas delante de estas, luego cortar dos rosas pequeñas y colocarlas inclinadas hacia adelante debajo de la última rosa en forma de escalera. Cortar las ginger u otra flor con el tallo pequeño y colocarla en el espacio que nos quedó en el arreglo.
- Colocar entre las rosas ramitas de áster y mirto de igual tamaño, llenar los espacios con ramitas de mirto Cubrir también la parte de atrás del arreglo floral.

8. Supervisión del arreglo elaborado

**SUBPROCESO 4: ARREGLO EN PLATO**

1. Receptar la orden del modelo que se debe elaborar
2. Selección de los materiales que va ha utilizar
3. Trasportar los materiales a la mesa de trabajo
4. Humedecer el oasis o espuma floral para eso basta con colocarlo dentro de un balde con abundante agua por unos minutos
5. Asegurar la base de cartón al plato con la cinta de embalaje transparente
6. Limpiar las rosas, sacando los pétalos y la hojas viejas o rotas
7. Elaborar el arreglo:
  - Cortar las rosas con el tallo pequeño y forme tres hileras de rosas alrededor del oasis.

- Corte los papiros altos, colóquelos derechos en forma de escalera en el centro del arreglo, luego corte las avecillas con el tallo mediano en diferentes tamaños y colóquelas un poco inclinadas alrededor de los papiros.
- Corte el bambú de agua en manojos pequeños y acomódelos en el centro, corte las sombrillas chinas con el tallo pequeño y colóquelas entre los espacios junto con los chamizos. Si es necesario utilice mirto o ruscus para cubrir el oasis.

#### 8. Supervisión del arreglo elaborado

### **SUBPROCESO 5: TRANSPARENCIA EN GEL**

1. Receptar la orden del modelo que se debe elaborar
2. Selección de los materiales que va a utilizar
3. Transportar los materiales a la mesa de trabajo
4. Humedecer el oasis y cubrirlo con papel aluminio, colocarlo en el centro de la pecera.
5. Preparar la base con el oasis y colocar el gel alrededor del oasis hasta el nivel del oasis
6. Limpiar las rosas, sacando los pétalos y las hojas viejas o rotas
7. Elaborar el arreglo:

- Cortar seis u ocho rosas de tallo pequeño y colocarlas alrededor del oasis y pegadas a la pared de la pecera. Luego cortar las puntas de solidago y colocarlas entre las rosas.
- Cortar la rama de nardo con el tallo alto, cortar tres rosas en diferentes tamaños y colocarlas alrededor del nardo, luego cortar los anturios más pequeños que las rosas y colocarlos en forma que el arreglo tenga diferentes frentes.
- Limpiar las ramas de solidago dejando solamente las puntas colocarlas entre las rosas y los anturios. Cubrir los espacios con ramitas de ruscus si fuera necesario.

#### 8. Supervisión del arreglo elaborado

## **SUBPROCESO 6: ARREGLO FLORAL TIPO BONSAI**

1. Receptar la orden del modelo que se debe elaborar
2. Selección de los materiales que va a utilizar
3. Transportar los materiales a la mesa de trabajo
4. Humedecer el oasis o espuma floral para eso basta con colocarlo dentro de un balde con abundante agua por unos minutos
5. Asegurar la base de cartón en la base de madera, introducir el palo de escoba en el centro del oasis y en el otro extremo introducir la esfera de oasis humedecida.
6. Limpiar las rosas, sacando los pétalos y las hojas viejas o rotas
7. Elaborar el arreglo:
  - Cortar las rosas de tallo pequeño y colocarlas en toda la esfera del oasis, empiece haciendo una cruz con las rosas y luego llene los espacios con más rosas.
  - Cubrir el oasis de la base de madera con ramas de ruscus o helecho cuero, luego coloque junto al palo el cordelín y alrededor las avejillas y las estrellas de Belén en diferentes tamaños y frentes. Por último adorne con las chamizas y el solidago el arreglo
8. Supervisión del arreglo elaborado

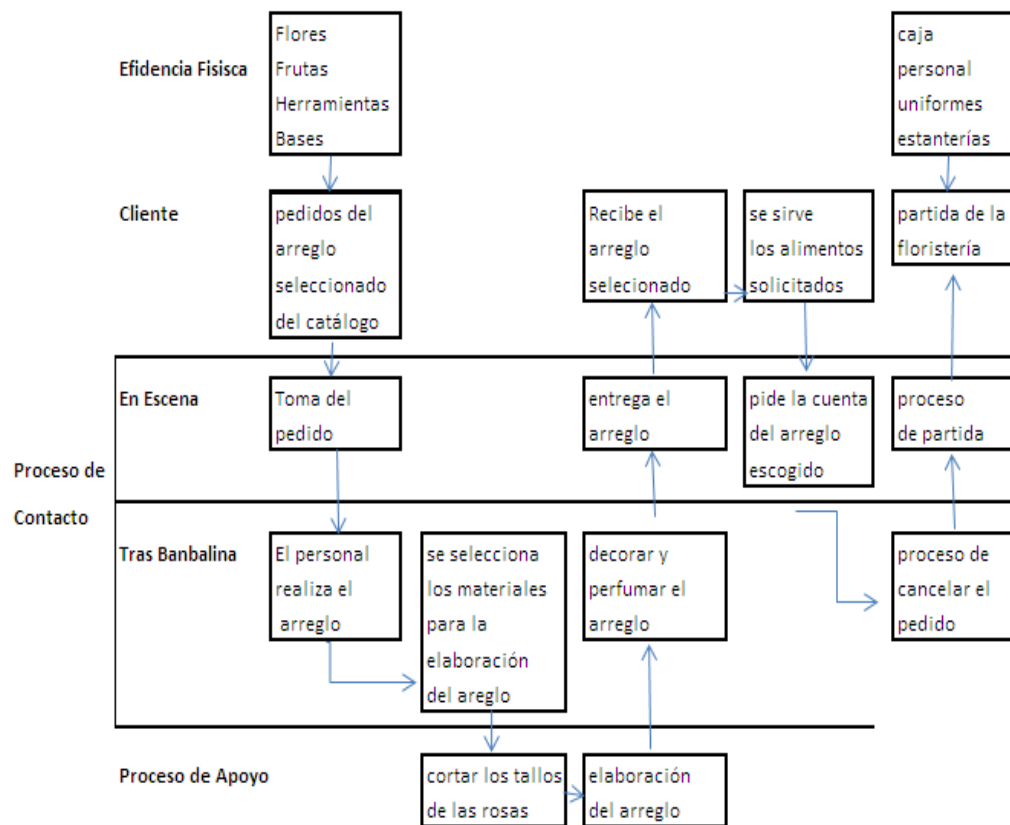
## **SUBPROCESO 7: ARREGLO DE FLORES Y FRUTAS**

1. Receptar la orden del modelo que se debe elaborar
2. Selección de los materiales que va a utilizar
3. Transportar los materiales a la mesa de trabajo
4. Humedecer el oasis o espuma floral para eso basta con colocarlo dentro de un balde con abundante agua por unos minutos
5. Preparar la base con el oasis
6. Limpiar las rosas, sacando los pétalos y las hojas viejas o rotas
7. Elaborar el arreglo:

- Cortar las rosas de diferentes tamaños y colocarlas en el lado derecho del oasis en forma escalonada.
- Cortar los tres anturios en diferentes tamaños y colocarlos en el centro oasis. Colocar astromelias y solidago junto a las rosas. Colocar la rama de nardo o lirio en el lado derecho del arreglo.
- Preparar los palos de pincho forrándolos con flora tape y cortándolos de diferentes tamaños para introducirlos en las frutas y acomodarlos debajo de los anturios.
- Colocar lasavecillas en diferentes tamaños en el lado izquierdo del arreglo. Tapar la parte de atrás del arreglo y los espacios de adelante con mirto.

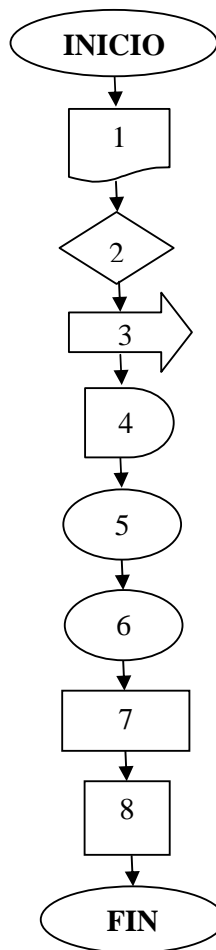
8. Supervisión del arreglo elaborado.

#### ❖ ESCALERA DEL PROCESO



## ❖ DIAGRAMA DE FLUJO

Cabe recalcar que se realizó únicamente un flujograma debido a que el proceso previo a la elaboración de un arreglo es el mismo para cualquier tipo de arreglo tanto de flores como de frutas y además es importante señalar que el proceso de producción para los arreglos de flores es similar ya que las únicas actividades son cortar las rosas y colocarlas en el oasis; es por ello que las actividades se plasmaron en un solo flujograma.



## ESTÁNDARES

### 1. Calidad:

- ✓ Adquirir flores de tallo grueso y en buen estado

- ✓ Adquirir herramientas de marca que cumplen con los requerimientos del negocio
- ✓ Las frutas deben estar en buen estado
- ✓ Disponibilidad de los materiales permanentemente
- ✓ Distribución de los materiales en el espacio físico
- ✓ Rendimiento de los materiales

**2. Cantidad:**

- ✓ Colocar el número de flores de acuerdo al arreglo
- ✓ Invertir los recursos necesarios en cada arreglo
- ✓ Producir la cantidad de arreglos necesarios para el día
- ✓ Adquirir los suficientes materiales para la producción

**3. Tiempo:**

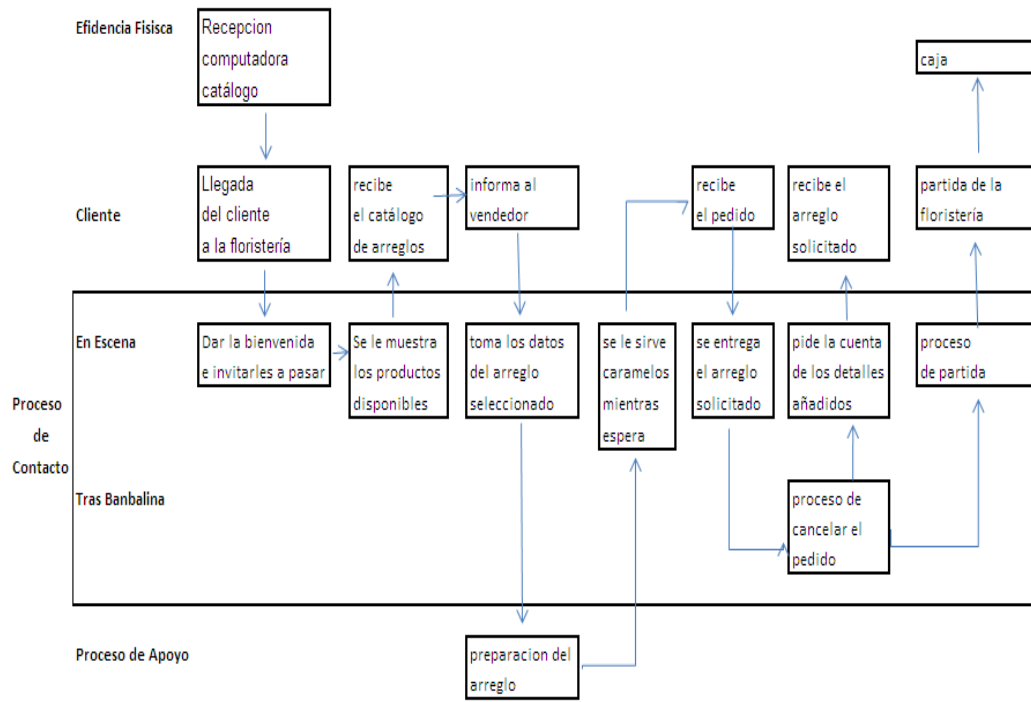
- ✓ Adquirir los materiales para la producción cada semana
- ✓ Elaborar un arreglo en un tiempo máximo de 20 minutos
- ✓ Entregar los arreglos tanto de flores como de frutas en el tiempo establecido

**4.3.1.3. PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

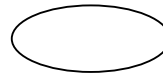
1. Dar la bienvenida al cliente
2. Preguntar al cliente que tipo de producto necesita y para que ocasión
3. Informar al cliente de las características de los productos
4. Asesorar al cliente en su compra
5. Permitir seleccionar el arreglo al cliente
6. Registro del pedido y datos del cliente
7. Entrega del arreglo al cliente
8. Emitir un comprobante de venta
9. Cobrar el valor del producto
10. Entregar el vuelto



❖ **ESCALERA DEL PROCESO**



❖ **DIAGRAMA DE FLUJO**



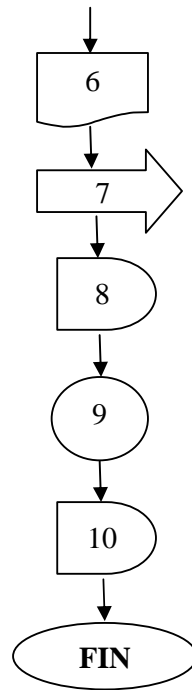
1



3

4

5



## ❖ ESTÁNDARES

### 1. Calidad:

- ✓ La atención que existe en el local es apropiada para el cliente
- ✓ Siempre los vendedores se someten a un curso de atención al cliente para que ellos demuestren una excelente atención a sus clientes.
- ✓ Por el reconocimiento y la aceptación de la floristería esta demuestra una excelente calidad ante los demás competidores.
- ✓ Las vendedoras al momento de recibir a los clientes debe decir la siguiente frase "Muy buenos días, bienvenidos a la Floristería"
- ✓ Ser siempre amables y llevar una sonrisa en su rostro.
- ✓ Las vendedoras deben siempre portar su uniforme limpio e impecable además que deben llevar el cabello recogido en el caso de tenerlo largo.

### 2. Cantidad:

- ✓ En horas de gran afluencia de público deberán haber por lo menos tres vendedoras para recibir a los clientes.
- ✓ Una vendedora no podrá encargarse de más de un cliente; exclusivamente de uno hasta que concluya su labor.

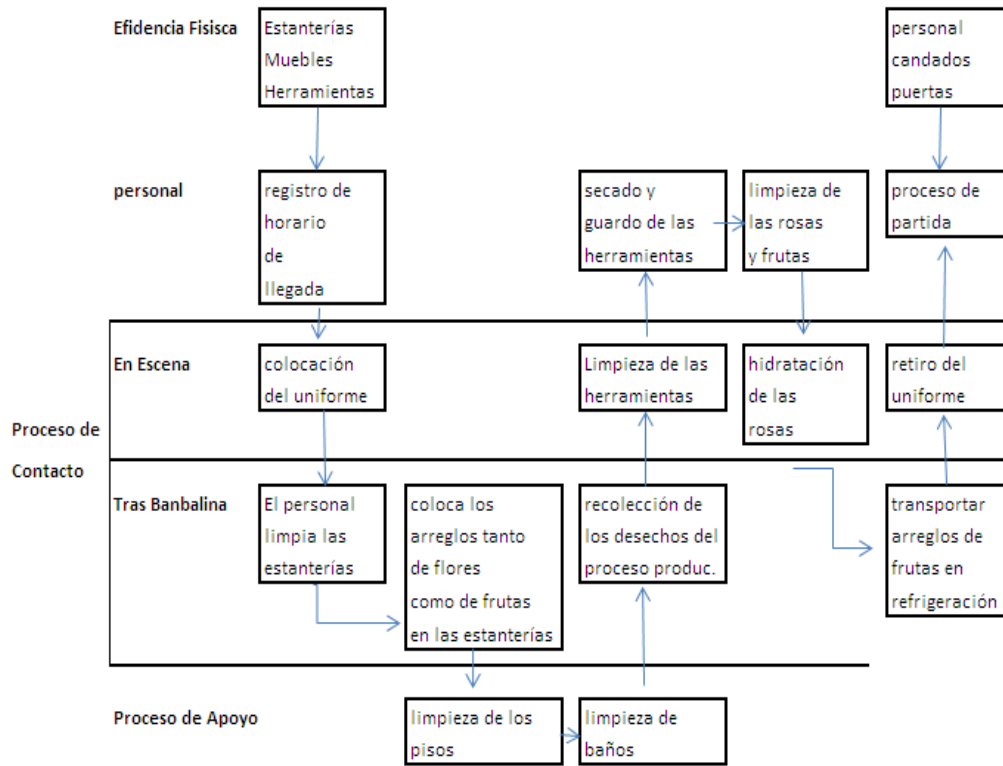
### **3. Tiempo:**

- ✓ El tiempo de atención al cliente comienza en el momento en que este llega al local
- ✓ El vendedor que le atendió al principio ese se encarga de atenderle hasta el final.
- ✓ La preparación final del arreglo no debe pasar los 2 minutos.
- ✓ Tomar los datos de los clientes en un tiempo máximo de 3 minutos

#### **4.3.1.4. PROCESO DE LIMPIEZA:**

1. Llegada del personal
2. Registro del horario de llegada
3. Colocación del uniforme
4. Limpieza de las vitrinas
5. Colocación de los arreglos tanto de flores como de frutas en los lugares específicos
6. Limpieza de pisos
7. Limpieza del baño
8. Recolección de los desechos del proceso productivo.
9. Lavado y secado de las herramientas utilizadas
10. Recolección de la basura
11. Supervisión de las tareas realizadas

❖ **ESCALERA DEL PROCESO**



❖ **DIAGRAMA DE FLUJO**

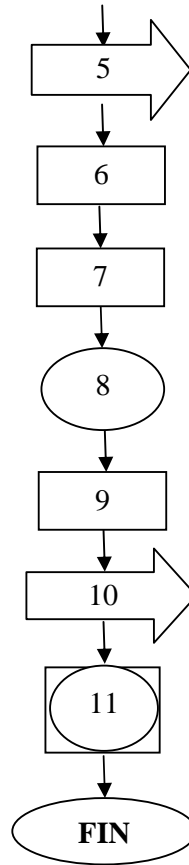
**INICIO**

1

2

3

4



## ❖ ESTÁNDARES

### 1. Calidad:

- ✓ Llegada del personal en el horario establecido
- ✓ Registro del horario de llegada
- ✓ Limpieza y asepsia de uniforme
- ✓ Ejecución de tareas y satisfacción por tarea realizada
- ✓ Cumplimiento de los requerimientos
- ✓ Control de tareas realizadas
- ✓ Limpieza adecuada de los implementos utilizados

### 2. Cantidad:

- ✓ Establecer el número de atrasos permitidos
- ✓ Número de registros por día

- ✓ Número de tareas cumplidas al día
- ✓ Número de tareas controladas al día
- ✓ Veces de esterilización de los implementos al día

### **3. Tiempo:**

- ✓ Horario de llegada
- ✓ tiempo permitido de atraso 10 minutos
- ✓ Tiempo designado a cada tarea
- ✓ Tiempo de control de tareas por día
- ✓ Tiempo asignado para limpieza de implementos

#### **4.3.2. INFRAESTRUCTURA**

##### **ESTRATEGIA 2:**

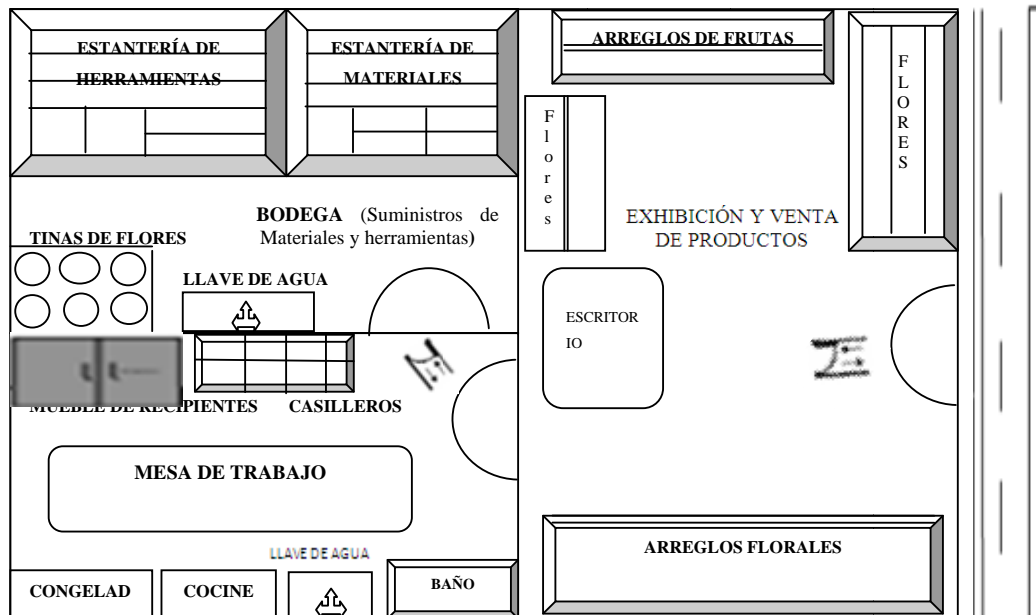
Elaboración de un plano del local en donde va a funcionar la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.

➤ **UBICACIÓN:** Sector Quitumbe

➤ **CARACTERÍSTICAS:**

- El local es de aproximadamente 80 metros cuadrados
- Situado cerca del nuevo terminal terrestre, del hospital del padre carolo, de la Universidad Politécnica Salesiana; entre otros.
- Posee servicios de agua, luz y teléfono
- Tiene dos compartimientos en donde, el primero será bodega y además servirá para realizar los arreglos y el otro será para exhibir los arreglos y realizar las ventas

➤ **DISEÑO:**



➤ **DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL:**

Como se puede observar en el gráfico; el local estará dividido en tres áreas que son:

- a) **Bodega:** En esta área se guardarán tanto los materiales e insumos como las herramientas para la producción de arreglos de florales y de frutas; por lo tanto se requiere de:
  - Una estantería de herramientas para guardar tijeras podadoras, estiletes, alicates, tijeras, alambre, malla; entre otras cosas.
  - Una estantería de materiales para guardar bases de barro, peceras, canastos, oasis, gel hidratado; entre otros materiales.
  - Considerando que existe diversidad de flores se requiere de algunos tachos para poder hidratarlas y sobre todo poder conservarlas en un buen estado ya que el calor puede ocasionar que las mismas se marchiten.
  
- b) **Área Producción:** En esta área se encuentra un mueble en donde se guardarán los recipientes, tablas de cocina, cucharas, entre otras cosas. Además se encuentra un casillero para que los empleados guarden sus pertenencias.

Por otra parte cabe recalcar que para la elaboración de los arreglos tanto de flores como de frutas se necesita de una mesa de trabajo la cual debe ser lo suficientemente grande y espaciosa. Además en esta área se encontrarán el congelador para conservar las frutas y la cocineta que se utilizará para elaborar el chocolate.

c) **Exhibición y Venta:** En esta área se encuentra 4 estanterías en donde se colocarán los arreglos tanto de flores como de frutas para exhibirlos. Además se encuentra un escritorio en donde estarán los insumos necesarios así como un computador.

### 4.3.3. EQUIPAMIENTO

#### ESTRATEGIA 3:

Elaboración de una lista de requerimientos de herramientas y muebles que son necesarios para el buen desempeño de la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
8	Tijeras podadoras
8	Alicates
10	Estiletes Grandes
4	Estanterías Ranuradas (para exhibir arreglos florales)
6	Baldes de 16 Litros
2	Baldes de 120 Litros
3	Regaderas Plásticas
1	Mesa de trabajo de metal o madera
2	Estantería de metal o madera (para guardar material)
3	Rociadores de agua con Punta de Cobre
6	Tijeras medianas
2	Tachos de Basura
1	Congelador grande
2	Calculadoras
6	Puntillas
1	Cocineta
1	Set de Garnish



1	Afilador de cuchillos eléctrico
6	Tazones de vidrio pequeños, medianos y grandes
3	Tazones de metal pequeños, medianos y grandes
4	Cuchillos medianos
3	Pinzas Multiusos 29 cm.
1	Organizador con Cajones
2	Fuentes de Chocolate Oster
1	Computadora e impresora
1	Escritorio o mostrador
1	Teléfono
6	Sillas
2	Escobas
2	Recogedores de basura
4	Pares de Guantes plásticos
2	Cepillos plásticos
4	Toallas de manos
2	Trapeadores

#### **4.4. FACTIBILIDAD DE MERCADO**

Considerando que toda empresa, sin importar su tamaño o el sector en el que se va a desarrollar, precisa elaborar un Plan de Marketing; debido a que de esa forma se puede identificar lo que se espera conseguir del proyecto; además permite establecer lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución; con el fin de realizar un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos.

#### **OBJETIVO 4:**

Posicionar a la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales, en el sector de Quitumbe al sur de Quito; a través del establecimiento de un plan de marketing.

#### **4.4.1. MIX DEL MARKETING**

Es el conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto. Su función primordial es la satisfacción del cliente potencial o actual, por lo que pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas.<sup>44</sup>

A continuación se desarrollaran el plan de marketing para la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales, considerando 7 factores:

##### **4.4.1.1. PRODUCTO**

Un producto puede ser un bien tangible o un servicio que se vende a un cliente comercial o un consumidor final.

##### **ESTRATEGIA 1:**

Diseñar líneas de productos para la micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales; con el fin de ofrecer al cliente variedad e innovación.

##### **A. LÍNEA DE PRODUCTOS:**

Es preciso determinar que la micro empresa ofrecerá varios productos para los cual se creo tres líneas que a continuación se presentan de manera detallada:

##### **❖ ARREGLOS FLORALES**

##### **Características:**

- Tamaño: los arreglos se elaborarán en base a tres tamaños diferentes que son pequeños, medianos y grandes.

---

<sup>44</sup> Fundamentos de Marketing de Servicios: K HOFFMAN Douglas y BATESON John, México D.F. 2da Edición, página 125.

- Modelos: Se puede decir que los modelos de arreglos florales que se ofrecerán son básicamente los siguientes:

**CUADRO No. 47**  
**MODELOS DE ARREGLOS FLORALES TRADICIONALES**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arreglo Redondo</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arreglo en Línea Horizontal</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arreglo en forma de Abanico</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arreglo en Plato</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparencia en Gel</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arreglo Tipo Bonsay</li> </ul>	

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Pero cabe recalcar que adicionalmente a los arreglos florales presentados en el cuadro No. 47 se ofrecerá otros diseños de arreglos tomando en cuenta las nuevas tendencias surgidas para realizar arreglos florales.

- Ocasión: La micro empresa ofrecerá arreglos florales diseñados para cada ocasión como cumpleaños, nacimientos, aniversarios; entre otros.
- Tipo de Flores: En base a las encuestas aplicadas se determino que la mayoría de las personas prefieren los girasoles por lo que se producirán mayor número de arreglos con girasoles; sin embargo cabe recalcar que cada modelo contendrá diferente tipo de flores como las orquídeas, astromelias, solidago; entre otros.
- Valor añadido: Es importante destacar que el cliente tendrá la posibilidad de personalizar el arreglo florar sugiriendo que se incluya detalles como peluches, globos, chocolates, ropa de bebé; entre otros. Obviamente que estos detalles variarán dependiendo de la ocasión.

#### ❖ **ARREGLOS DE FRUTAS**

##### **Características:**

- Tamaño: Los arreglos elaborados con frutas serán de tres tamaños diferentes; los cuales son pequeños, medianos y grandes.
- Modelos: Se puede decir que los modelos de arreglos con frutas varían dependiendo de los gustos de los clientes; sin embargo a continuación se presentará los diseños más comunes:

**CUADRO No. 48  
ARREGLOS DE FRUTAS TRADICIONALES**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solo Fruta</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fruta en Baño de Chocolate</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arreglo con Flores y Frutas</li> </ul>	

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

- Tipo de Frutas: De acuerdo a las encuestas aplicadas se determinó que los arreglos más deberán contener frutas tales como las frutillas, uvas y manzanas; sin embargo también se realizarán arreglos que contengan otro tipo de frutas además de las mencionadas; con el fin de ofrecer variedad a los clientes.

Es importante mencionar que este tipo de arreglos incentiva a las personas a consumir frutas; las mismas que generan beneficios para la salud; puesto que su alto contenido de agua facilita la eliminación de toxinas del organismo y además permite mantenerse hidratados.

- Valor añadido: Al igual que los arreglos florales; para este tipo de arreglos el cliente también tendrá la posibilidad de personalizarlos sugiriendo que se incluya detalles como peluches, globos, chocolates; entre otros de acuerdo a la ocasión.

## ❖ ARREGLOS PARA DECORACIÓN DE EVENTOS SOCIALES

### Características:

- Forma: La forma de cada arreglo para un evento social varía mucho de acuerdo al gusto y presupuesto del cliente; es por eso que la micro empresa ofrece varias alternativas en cuanto a diseños de arreglos para eventos sociales pero cabe recalcar que existen modelos básicos como son el arreglo redondo y el arreglo horizontal; cuyas imágenes están en el cuadro No. 47. Pero por otra parte se puede decir que de acuerdo a los avances de las tendencias de los arreglos para eventos sociales la micro empresa también ofrece arreglos como los siguientes:

**CUADRO No. 49**  
**ARREGLOS PARA EVENTOS SOCIALES**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Arreglo con Base de Cristal</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Arreglo de Mesa con Flores y Frutas</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Arreglo con Picaditas</li></ul>	

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

- **Tamaño y peso:** Los tamaños de los arreglos para decorar las mesas de los eventos sociales serán pequeños, medianos y grandes; con el propósito de ofrecer alternativas a los clientes.
- **Ocasión:** Cabe recalcar que se ofrecerá diseños de arreglos para cada evento social como: Bodas, Primera comunión, Bautizos, Eventos corporativos; entre otros.

## **B. DISEÑO DE LA MARCA:**

La micro empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de decoración para eventos sociales será identificada con el siguiente logotipo:



### ❖ **Nombre**

Considerando que la micro empresa va ha ofrecer primordialmente arreglos florales, se selecciono el nombre de “Dilo con Flores”; puesto que a través de estos productos se puede expresar sentimientos de amistad y afecto.

### ❖ **Slogan**

El slogan que se ha seleccionado para la micro empresa es “Creando emociones”; debido a que mediante estos detalles se puede conquistar expresiones de ternura y alegría en las personas.

### ❖ Colores

Cabe recalcar que los colores que se ha seleccionado son el rojo y el amarillo; los mismos que han sido matizados y a su vez utilizados tomando en consideración que el rojo expresa vitalidad, pasión y amor y el amarillo expresa jovialidad, amistad y afecto.

### ❖ Isotipo

Es importante destacar que para el Isotipo se selecciono dos elementos que se encuentran fuertemente vinculados con la realidad de este proyecto; los cuales son:

- ✓ Manos de mujeres emprendedoras dispuestas a transformar las cosas más simples en grandes detalles.
- ✓ Flor que expresa los sentimientos más sinceros de amistad o amor.

### C. EMPAQUE:

Se puede decir que para los arreglos florales no se requiere de empaque debido a que las flores se conservan de mejor manera en un ambiente fresco y oxigenado; sin embargo las frutas en baño de chocolate requieren de empaque por lo que la micro empresa “Dilo con Flores” utilizará cajas de cartón corrugado, las mismas que serán realizadas en la micro empresa y que lucirán de la siguiente manera:





#### **4.4.1.2. PRECIO**

“Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios el precio, es la suma de los valores que lo consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar los productos o el servicio”.<sup>45</sup>

#### **ESTRATEGIA 2:**

Determinar el precio para cada uno de los arreglos tanto de flores como de frutas que ofrecerá la micro empresa, tomando en consideración los costos de producción y además como referencia la competencia anteriormente mencionada.

A continuación se procederá a determinar los precios de los productos y servicios que ofrece la micro empresa:

##### **a) ARREGLO DE FLORES Y FRUTAS**

Es importante señalar que para establecer los precios de cada arreglo de flores o frutas se tomará en consideración tres factores que son:

##### **➤ COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Para el cálculo de los costos de cada uno de los arreglos tanto de flores como de frutas, se tomó en consideración todos los materiales e insumos necesarios para su elaboración y por lo tanto se determinó que los costos de cada arreglo son los siguientes:

---

<sup>45</sup> Fundamentos del Marketing: KLOTTER, Philip, ARMSTRONG, Gary; 8va Edición; México – Pearson Education 2008; Pág. 51.

**CUADRO No. 50  
COSTOS DE PRODUCCIÓN**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>COSTOS</b>
Arreglo Redondo	3,42
Arreglo Horizontal	4,63
Arreglo Abanico	4,59
Arreglo en Plato	4,65
Traspirencia en Gel	6,41
Tipo Bonsay	4,56
Arreglo con Flores y Frutas	9,41
Arreglo solo de Frutas	4,31
Frutas con baño de chocolate	5,51

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Cabe recalcar que en el siguiente capitulo se detallará el cálculo de los costos de cada uno de los arreglos tanto de flores como de frutas; debido a que en el cuadro No. 50 únicamente constan los costos.

➤ **DEMANDA**

El presente análisis nos sirve como referencia para el establecimiento de los precios de los arreglos tanto de flores como de frutas; puesto que determina el valor que estarían dispuestos a invertir los futuros posibles consumidores por un arreglo de flores o frutas de tamaño mediano. De acuerdo a las encuestas aplicadas a las 96 personas del sector de Quitumbe; se puede decir que el 40% estarían dispuestos a adquirir arreglos medianos de florales o de frutas de hasta \$13 dólares y el 31% estarían dispuestas a adquirir arreglos de hasta \$8 dólares.

➤ **COMPETENCIA**

Debido a que ya se determino los costos de producción de los arreglos anteriormente mencionados a continuación se presentará un cuadro en donde se refleja los precios de venta de los arreglos tanto de flores como de frutas; tanto de la competencia como de la micro empresa:

**CUADRO No. 51**  
**PRECIOS DE ARREGLOS DE FLORES Y FRUTAS**

PRODUCTOS	COMPETENCIA		DILO CON FLORES
	EL ROSAL	DETALLES Y ROSAS	
Arreglo Redondo	6,00	6,00	5,00
Arreglo Horizontal	6,50	7,00	6,50
Arreglo Abanico	6,50	7,50	6,00
Arreglo en Plato	7,00	8,00	6,50
Trasparencia en Gel	9,00	9,50	8,50
Tipo Bonsay	7,00	7,50	6,50
Arreglo con Flores y Frutas	12,50	13,00	12,00
Arreglo solo de Frutas	7,00	7,00	6,50
Frutas con baño de chocolate	8,00	9,00	7,50

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en el cuadro No. 56, la micro empresa ofrecerá los arreglo tanto de flores como de frutas en precios que oscilan entre los \$5 y \$12 dólares; de acuerdo al modelo. Además cabe recalcar que los precios que ofrece la micro empresa a diferencia de los precios de la competencia tienen una variación aproximadamente de \$0.50 centavos a \$1dólar.

**b) ARREGLOS PARA EVENTOS SOCIALES**

Considerando que existe una diversidad de modelos de arreglos tanto de flores como de frutas para decorar cualquier tipo de evento social, a continuación se establecerá los precios tanto de la competencia como los precios de la micro empresa con el fin de realizar una comparación:

**CUADRO No. 52**  
**PRECIOS DE ARREGLOS DE FLORES PARA EVENTOS SOCIALES**

PRODUCTOS	COMPETENCIA		DILO CON FLORES
	EL ROSAL	DETALLES Y ROSAS	
Arreglo Floral Redondo	3,00	3,50	3,00
Arreglo Floral Horizontal	4,00	5,00	4,00
Arreglo Floral Mediano	12,00	14,00	10,00
Arreglo con Flores y Frutas	20,00	22,00	19,00
Arreglo con Picaditas	25,00	27,00	23,00

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Es importante considerar que los precios de los arreglos florales para decoración son diferentes a los arreglos florales de exhibición pese a que los modelos son similares; a consecuencia de dos factores que son:

- ✓ **Tamaño:** Considerando que los arreglos para centro de mesa no deben ser grandes sino por lo general pequeños o medianos; para que la vajilla y los cubiertos no se encuentren aglomeradas en la mesa.
- ✓ **Materiales:** Cabe recalcar que los arreglos para decoración no poseen la misma cantidad de rosas o flores debido a que son utilizados por un momento por eso contienen más follaje puesto que son más económicos.

#### **4.4.1.3. PLAZA**

Se considera a la plaza como el territorio geográfico del mercado en el que se pretende instalar el negocio; o el lugar en donde se realizará la distribución de los productos o servicios; con el propósito de asegurarse de que el producto esté disponible en el lugar, en la cantidad y tiempo suficiente para satisfacer el requerimiento del cliente.

#### **ESTRATEGIA 3:**

Establecer los canales de distribución que se emplearán para la venta de los productos que ofrece la micro empresa “Dilo con Flores”.

Como se dijo anteriormente la micro empresa “Dilo con Flores”; elaborará y distribuirá sus productos en el local ubicado en el sector de Quitumbe; por lo tanto se puede decir que la distribución será directa. Sin embargo se considera necesario proponer canales de distribución con el fin de hacer llegar los productos de la manera más rentable; los cuales se presentan a continuación:

### ❖ **Servicio a Domicilio**

Este servicio se realizará con el fin de ofrecer facilidades para los clientes; cabe recalcar que para ello se dispondrá de un catálogo de todos los productos disponibles, con el fin de facilitar la compra a los clientes que lo hagan vía telefónica.

Por otra parte se puede decir que es necesario realizar un convenio con un medio de transporte con el propósito de poder trasportar los productos de manera rápida y segura; debido a que la micro empresa “Dilo con Flores” no cuenta con un vehículo propio.

### ❖ **Instalación de una Isla**

Se considera oportuna la instalación de una Isla en el Hospital “Un Canto a la Vida”; debido a que actualmente no existen empresas que ofrezcan los mismos productos dentro del hospital ni cerca de él. Para lo cual se deberá realizar un contrato en el que se establezca el costo mensual del arriendo y además el tiempo que se arrendará; tomando en consideración que existe el espacio adecuado para la instalación de la isla y que además actualmente el hospital ya esta funcionando en su totalidad. A continuación se propone el diseño de la isla así como sus características:

#### **Características:**

- ✓ Las medidas serán de 3,72 de largo y 1,65
- ✓ De estructura metálica y con vidrio
- ✓ Con repisas para exhibir los productos
- ✓ Cajones para guardar los materiales

## Diseño:



Cabe recalcar que la propuesta de la isla también fue planteada para el Hospital del Sur, pero no fue seleccionada debido a la distancia existente entre el local en donde se elaboraran los arreglos y el hospital y además porque la autorización para la instalación de la isla es realmente complicada de conseguirla.

### ❖ Salones de Eventos

Para poder ofrecer los servicios de decoración para eventos sociales se realizará una alianza estratégica con los salones de eventos del Sur de Quito que no dispongan de este servicio y que por los tanto estarán interesados en ofrecer alternativas de decoración a sus clientes.

#### 4.4.1.4. PROMOCIÓN

Se considera que los principales objetivos de promoción son persuadir, informar y hacer que la gente reconozca una marca.

#### **ESTRATEGIA 4:**

Diseñar estrategias de promoción y publicidad para dar a conocer los productos y servicios que ofrecerá la micro empresa “Dilo con Flores”.

##### **•PUBLICIDAD:**

La publicidad es la forma de promoción más utilizada, y puede ser a través de los medios de comunicación como la televisión, internet, radio, revistas, cine, vallas publicitarias, carteles; etc. A continuación se realizará un análisis de los medios publicitarios más apropiados para la micro empresa “Dilo con Flores”:

##### **a) Internet**

El medio que se deberá utilizar para publicitar los productos y servicios que ofrece la micro empresa será el internet; debido a que no se requiere de tanta inversión como es en el caso de los medios de comunicación masivos; tomando en cuenta que la micro empresa no dispone de elevados recursos económicos. Por otra parte cabe recalcar que el medio seleccionado es idóneo ya que el 29% de las personas encuestadas afirmaron que toman sus decisiones de compra en base a este tipo de publicidad por lo que resulta conveniente y oportuno ya que en la actualidad el internet es un medio muy utilizado por las personas. Es por ello que en base a las encuesta aplicadas se logro obtener una base de datos para poder enviar a los correos electrónicos las promociones que ofrece la micro empres Dilo con Flores.

##### **b) Vallas Publicitarias**

De acuerdo a las 96 encuestas aplicadas en el sector de Quitumbe se dedujo que el 33% de las personas se sienten motivadas a realizar compras en base a la publicidad que hay en las vallas publicitarias; pero a consecuencia de que los costos son muy elevados no se sugiere realizar esta publicidad actualmente; sin embargo no se descarta la posibilidad de que a futuro esta estrategia debería ser utilizada por la micro empresa.

### c) Hojas Volantes

Se puede decir que la micro empresa “Dilo con Flores” deberá ofrecer hojas volantes debido a que es un medio que no requiere de costos muy elevados y además se considera que el 21% de las personas encuestas toman sus decisiones de compra a través de esta de este medio publicitario; por lo tanto a continuación se presenta el formato de las hojas volantes para la micro empresa:



- **PROMOCIÓN:**

Son incentivos a corto plazo que se ofrecen a los clientes con el propósito de incrementar las ventas. Para captar la atención de los clientes se ofrecerán estrategias de promoción como son:

#### a) Muestras

Se ofrecerán muestras pequeñas de frutas bañadas en chocolate; para que las personas conozcan la calidad del chocolate y de esa manera se animen a adquirir los arreglos de frutas.



Para esto se utilizará frutillas o uvas debido a que son las frutas de mayor preferencia para las personas encuestadas, el chocolate y además pirutines en donde se colocarán las muestras.

#### **b) Cupones**

La micro empresa “Dilo con Flores” ofrecerá cupones para canjearlos por obsequios el primer mes de funcionamiento; para las personas que adquieran arreglos de flores o frutas, los cuales estarán diseñados de la siguiente manera:



Es preciso mencionar que para acceder a estos detalles es necesario presentar los comprobantes de compra de los productos mencionados.

#### **c) Descuentos**

Se considera oportuno emitir un cupón de descuento por cada compra realizada en la micro empresa “Dilo con Flores” de un valor mínimo de \$12 dólares; para que pueda ser aplicado en su próxima compra. A continuación se presenta el formato del cupón:



#### **4.4.1.5. PERSONAL**

Se refiere básicamente a la persona que ofrece el servicio o que tiene relación directa con los clientes. En el caso de la micro empresa “Dilo con Flores”; se puede decir que el personal que estará encargado de la atención al cliente serán las madres de niños con capacidades diferentes del Sur de Quito, las mismas que previamente han sido capacitadas para ofrecer un buen servicio a los clientes.

Es preciso recalcar que sus tareas están determinadas en el manual de funciones anteriormente presentado; sin embargo a continuación se enumerará dichas actividades:

1. Dar la bienvenida al cliente
2. Preguntar al cliente que tipo de producto necesita y para que ocasión
3. Informar al cliente de las características de los productos
4. Asesora al cliente en su compra
5. Permite seleccionar el arreglo al cliente
6. Registro del pedido y datos del cliente
7. Entrega del arreglo al cliente
8. Emite un comprobante de venta

9. Cobra el valor del producto

10. Entrega el vuelto

Por otra parte se puede decir que, para que exista un buen desenvolvimiento del personal se estableció estándares de calidad cantidad y tiempo, los mismos que se mencionaron anteriormente y que deberán ser cumplidos con el fin de satisfacer a cabalidad las expectativas de los clientes.

#### **4.4.1.6. PROCESO**

Un proceso es un conjunto de actividades o eventos coordinados u organizados que se realizan alternativa o simultáneamente con un fin determinado.

Considerando que cada modelo de arreglo de flores o frutas tiene un proceso diferente se elaboro anteriormente un manual de procesos en donde se estableció subprocesos para cada modelo; sin embargo a continuación se mencionara el proceso previo a la realización de un arreglo:

1. Recepar la orden del modelo que se debe elaborar
2. Selección de los materiales que va ha utilizar
3. Transportar los materiales a la mesa de trabajo
4. Humedecer el oasis o espuma floral para eso basta con colocarlo dentro de un balde con abundante agua por unos minutos
5. Asegurar la base de cartón al plato con la cinta de embalaje transparente
6. Limpiar las rosas, sacando los pétalos y la hojas viejas o rotas
7. Elaborar el arreglo de flores o de frutas
8. Supervisión del arreglo elaborado

Por otra parte es importante mencionar que anteriormente también se estableció estándares de calidad, cantidad y tiempo con el fin de optimizar al máximo los recursos y además poder llevar un control de los materiales.

#### **4.4.1.7. EVIDENCIA FÍSICA**

Se refiere a todos los factores o condiciones del establecimiento que deberán ser considerados para crear un ambiente idóneo; con el propósito de influir en las percepciones que tenga el cliente del servicio que recibe.

#### **ESTRATEGIA 5:**

Determinar las condiciones físicas y ambientales del establecimiento en donde se ofrecerán los productos y servicios de decoración para eventos sociales.

Para ello es preciso analizar varios factores como:

- **Iluminación:** Debido a que las flores no deben exponerse a temperaturas muy altas para poder conservarse por más tiempo, es necesario que el local disponga de iluminación necesaria y que no genere demasiado calor.
  
- **Ambiente:** El local deberá mantener un ambiente armonioso para lo cual se tomará en cuenta los colores de las paredes de acuerdo a la teoría del color con el fin de que se haga un buen contraste con el color de las flores. Por eso se recomienda los colores en tonos pasteles y bajos como el crema. Además es preciso mencionar que se deberá instalar espejos para la decoración que permita el realce de la exhibición de los arreglos.
  
- **Limpieza:** La cual se verá reflejada tanto en el local a través de la limpieza de los pisos y estanterías en donde se exhibirán los arreglos como en la apariencia de las personas encargadas de atender a los clientes mediante la utilización de uniformes limpios y en buen estado.
  
- **Uniforme:** Se deberá utilizar un uniforme tanto para la producción de los arreglos como para la venta de los mismos el cual estará compuesto de una camiseta polo bordada con el logotipo de la micro empresa “Dilo con Flores” y un delantal.

## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

El presente capítulo tiene por finalidad determinar la factibilidad Financiera, estableciendo si el proyecto es viable y si es recuperable la inversión que se realiza para la creación de la micro empresa “Dilo con Flores”; para lo cual se hace una síntesis numérica de todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios; tomando en cuenta que el Estudio Financiero comprende la Inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el período de su ejecución y de su operación.

#### **➤ DEFINICIÓN**

Estudio de la situación financiera de una empresa en un momento determinado, de acuerdo con la interpretación de sus estados financieros y con la elaboración y comparación de algunos ratios financieros.<sup>46</sup>

En otras palabras se puede decir que es la presentación en forma procesada de la información de los estados financieros de una empresa y que sirve para la toma de decisiones económicas.

Cabe recalcar que en el presente capítulo la Micro empresa “Dilo con Flores”, deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles determinando el monto de la inversión y la forma en que se la que se utilizará.

Por otra parte se puede decir que para realizar el presente estudio se trabajo bajo parámetros los mismos que se reflejan en el Anexo No. 2.

---

<sup>46</sup> Principios de Administración financiera: LAWRENCE J. GITMAN; 10ma edición; Pearson Educación, México 2003.

## 5.1. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN

Es la colocación de capital para obtener una ganancia futura; por lo tanto se puede decir que la inversión consiste en la aplicación de recursos financieros para adquirir bienes, instrumentos de producción, equipos e insumos para la creación y funcionamiento de una empresa.

Por lo tanto, se puede decir que la Micro empresa “Dilo con Flores”, para iniciar sus actividades requiere de una inversión; la misma que está compuesta por Activos Fijos, Diferidos, Capital de trabajo y Gastos Generales.

### 5.1.1. INVERSIÓN ACTIVOS

El cuadro que se presenta a continuación refleja de manera general los valores que debe invertir la Micro empresa “Dilo con Flores”, para la adquisición tanto de herramientas como de equipos y legalización de la misma.

**CUADRO No. 53  
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>3.686,97</b>
Equipos	923,44
Muebles y Enseres	2.195,28
Equipos de Oficina	18,25
Equipos de Computación	550,00
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>2.288,27</b>
Herramientas	208,56
Utilería y Menaje	402,37
Útiles de oficina	27,60
Suministros de Limpieza	92,74
Gastos de Constitución	500,00
Gastos de Capacitación	510,00
Gastos de Instalación y ordenamiento	355,00
Gastos de Uniformes	192,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.975,24</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede ver en el presente cuadro, la Micro empresa “Dilo con Flores”; requiere de \$5.975,24 dólares para poder empezar a realizar sus operaciones comerciales. Es importante señalar que en el Anexo No. 3, se especifica la cantidad de cada artículo, así como su descripción, precio unitario y total.

### **5.1.2. CAPITAL DE TRABAJO**

El capital de trabajo es también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra; y es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.<sup>47</sup>

Es importante recalcar que para el cálculo del capital de trabajo se tomó en cuenta a los insumos para la producción así como los demás costos necesarios para el funcionamiento de la Micro empresa “Dilo con Flores”.

#### **5.1.2.1. INSUMOS PARA LA PRODUCCIÓN**

Para poder determinar el costo de los insumos para la producción de los tres primeros meses de la micro empresa “Dilo con Flores”; se clasificó en meses regulares y meses especiales, debido a que existen fechas especiales en el año en donde existe mayor demanda de arreglos florales, de frutas o servicio de decoración para eventos sociales; como por ejemplo San Valentín, Día de la madre, Día del padre, Mes de Julio por Incorporaciones y día de los Difuntos; entre otros. Por lo tanto a continuación se refleja la cantidad de arreglos florales o de frutas que se va ha producir tanto en meses regulares como especiales.

Para tener una idea más clara en el Anexo No. 4 se detalla la cantidad de productos e insumos que se requiere para cada mes ya sea regular o especial y sus respectivos precios.

---

<sup>47</sup><http://www.google.com.ec/search?hl=es&defl=es&q=define:Capital+de+trabajo&sa=X&ei=nFiqTPvWMIL68Aaw892JDQ&ved=0CAYQkAE>.

**CUADRO No. 54**  
**CANTIDAD DE PRODUCTOS POR MES REGULAR**

<b>MODELO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MODELO</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>SOLO DE FLORES</b>		<b>SOLO DE FLORES</b>	
Arreglo Redondo	50	Arreglo Redondo	80
Arreglo Horizontal	30	Arreglo Horizontal	45
Arreglo en Forma de Abanico	60	Arreglo en Forma de Abanico	150
Arreglo en Plato	18	Arreglo en Plato	23
Trasparencia en Gel	17	Trasparencia en Gel	18
Tipo Bonsay	12	Tipo Bonsay	21
<b>CON FRUTAS</b>		<b>CON FRUTAS</b>	
Arreglo con Flores y Frutas	12	Arreglo con Flores y Frutas	22
Arreglo solo de Frutas	39	Arreglo solo de Frutas	34
Frutas con Baño de Chocolate	16	Frutas con Baño de Chocolate	35
<b>PARA EVENTOS SOCIALES</b>		<b>PARA EVENTOS SOCIALES</b>	
Arreglo Redondo	13	Arreglo Redondo	20
Arreglo Horizontal	3	Arreglo Horizontal	10
Arreglo Floral Mediano	3	Arreglo Floral Mediano	8
Con Flores y Frutas	2	Con Flores y Frutas	4
Arreglo con Picaditas	3	Arreglo con Picaditas	4
<b>TOTAL</b>	<b>278</b>	<b>TOTAL</b>	<b>474</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en el cuadro No. 54, la micro empresa en meses regulares debe producir 278 arreglos y en meses especiales 474 arreglos; lo que equivale a la producción y venta de 10 arreglos en meses regulares y 17 arreglos en meses especiales. Cabe recalcar que la Micro empresa tendrá dos puntos de venta que son el local ubicado en el sector de Quitumbe y la Isla en el Hospital de “Un Canto a la Vida”; por lo que se puede decir que la venta estaría distribuida entre estos dos puntos.

Por otra parte es importante determinar el valor que se va a necesitar para comprar materiales e insumos en los tres primeros meses; por lo que a continuación se refleja:



**CUADRO No. 55**  
**CAPITAL DE INSUMOS**

<b>MESES</b>	<b>CANTIDAD DE PRODUCTOS</b>	<b>VALOR</b>
Enero	267	593,98
Febrero	435	816,18
Marzo	250	593,98
<b>TOTAL</b>	<b>952</b>	<b>2.004,14</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

De acuerdo a los datos reflejados en el cuadro No. 55 se puede decir que la Micro empresa “Dilo con Flores” requiere para los tres primeros meses de trabajo \$2.004,14 dólares.

#### **5.1.2.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS**

A demás de la adquisición de materiales e insumos para establecer el Capital de Trabajo de la micro empresa, es necesario tomar en consideración otros costos que son necesarios para el funcionamiento de la micro empresa los cuales se detallan a continuación:

**CUADRO No. 56**  
**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

<b>DETALLE</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>TRIMESTRAL</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Arriendo Local	150,00	450,00
Arriendo Isla	40,00	120,00
Servicio Telefónico	18,00	54,00
Servicio de Luz Eléctrica	15,00	45,00
Servicio de Agua Potable	20,00	60,00
Publicidad	45,83	137,49
Útiles de Limpieza	20,00	60,00
Útiles de oficina	30,00	90,00
Sueldos	720,00	2.160,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.058,83</b>	<b>3.176,49</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Una vez que se ha establecido el valor que se requiere para adquirir materiales y suministros y los costos administrativos al mes, se puede decir que el capital de trabajo que necesita la micro empresa para iniciar sus operaciones es de \$ 5.180,63 dólares.

**CUADRO No. 57  
CAPITAL DE TRABAJO**

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
Materia Prima y Materiales	2.004,14
Gastos Administrativos	3.176,49
<b>TOTAL</b>	<b>5.180,63</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

### 5.1.3. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

La micro empresa “Dilo con Flores” requiere de una inversión para iniciar su funcionamiento; la cual está compuesto por la suma del cuadro No.53 y No. 57.

**CUADRO No. 58  
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>MENSUAL</b>
Presupuesto Inversión	5.975,24
Capital de Trabajo	3.176,49
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>9.151,73</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Por lo tanto se puede decir que para que pueda iniciar sus operaciones la micro empresa requiere de una inversión de \$9.151,73 dólares; lo cual servirá para los tres primeros meses de funcionamiento mientras se da a conocer en el mercado objetivo.

## **5.2. FINANCIAMIENTO**

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.<sup>48</sup>

Como se dijo en el primer capítulo, el presente proyecto es financiado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social; a través del IEPS, el cual tiene por objetivo mejorar las condiciones de vida de las madres y sus hijos con capacidades diferentes del sur de Quito.

Es decir que el MIESS asignará para la creación de la micro empresa “Dilo con Flores” \$17.000 dólares; los mismos que serán utilizados para la adquisición de equipos, capital de trabajo, capacitaciones, sueldos y arriendos de los tres primeros meses de trabajo y legalización de la micro empresa. Además también asignará \$6.000 dólares para el capital semilla de la Micro empresa.

Cabe recalcar el financiamiento no es reembolsable siempre y cuando el proyecto se mantenga en funcionamiento por lo menos 5 años.

Por otra parte se puede decir que de los \$17.000 dólares asignados la micro empresa utilizará \$9.151,73 dólares; por lo tanto la diferencia que es de \$7.848,27 dólares será asignado a la cuenta caja de la micro empresa.

## **5.3. CÁLCULO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES**

### **5.3.1. DEPRECIACIONES**

La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete y su función productora de renta. En la medida en que avance el tiempo de servicio, decrece el valor contable de dichos activos.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> <http://www.definicion.com.mx/financiamiento.html>

Considerando que la micro empresa posee varios activos fijos se procederá a realizar la respectiva depreciación con el 10% a 10 años a los Equipos, Muebles y Enseres y Equipos de Oficina; mientras que con el 33,33% se depreciará a los equipos de Computación a 3 años.

A continuación se presentará que el cálculo de la depreciación anual; sin embargo en el Anexo No. 5 se presenta de manera mas detallada.

**CUADRO No. 59  
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Muebles y Enseres	219,53	439,06	658,58	878,11	1.097,64
Equipos	92,34	184,71	277,05	369,40	461,74
Equipos de Oficina	1,83	3,66	5,49	7,32	9,15
Equipos de Computación	183,32	366,64	549,96		
<b>TOTAL</b>	<b>497,01</b>	<b>994,06</b>	<b>1.491,07</b>	<b>1.254,83</b>	<b>1.568,53</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

### 5.3.2. AMORTIZACIONES

La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero.<sup>50</sup>

Debido a que la micro empresa también posee cuentas que se amortizan a continuación se procederá a realizar el respectivo cálculo tomando en cuenta a los Gastos de Constitución, Utilería y Menaje, Gastos de adecuación y Herramientas.

---

<sup>49</sup> es.wikipedia.org/wiki/Depreciación

<sup>50</sup> es.wikipedia.org/wiki/Amortización

**CUADRO No. 60  
AMORTIZACIÓN ANUAL**

<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>	<b>AMORTIZACIÓN ANUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Utillería y menaje	402,37	5	80,47	80,47	160,95	241,42	321,90	402,37
Gastos de constitución	500,00	5	100,00	100,00	200,00	300,00	400,00	500,00
Gasto de adecuación e instalación	355,00	5	71,00	71,00	142,00	213,00	284,00	355,00
Herramientas	208,56	5	41,71	41,71	83,42	125,14	166,85	208,56
<b>TOTAL</b>				<b>293,19</b>	<b>586,37</b>	<b>879,56</b>	<b>1.172,74</b>	<b>1.465,93</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Es importante mencionar que dentro de la cuenta de gastos de adecuación e instalación también se incluyó al programa contable de Mónica; con el cual se pretende llevar un control contable de la Micro empresa “Dilo con Flores”.

#### **5.4. PROYECCIÓN DE VENTAS**

A continuación se pretende establecer la proyección de ventas de cada producto que ofrece la Micro empresa “Dilo con Flores”; tomando en cuenta que los cálculos se realizaron tomando como referencia las ventas mensuales que obtiene la competencia anteriormente mencionada:

**CUADRO No. 61  
PROYECCIÓN DE VENTAS**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Arreglo Redondo	3.750,00	4.121,24	4.507,15	4.930,24	5.389,92
Arreglo Horizontal	2.827,50	3.103,03	3.403,20	3.719,52	4.062,72
Arreglo en Forma de Abanico	7.020,00	7.705,83	8.436,60	9.234,28	10.081,98
Arreglo en Plato	1.566,50	1.717,87	1.885,94	2.059,02	2.250,24
Traspacidad en Gel	1.776,50	1.946,91	2.132,10	2.337,72	2.550,16
Tipo Bonsay	1.228,50	1.344,42	1.475,72	1.616,22	1.766,40
Arreglo con Flores y Frutas	2.328,00	2.558,16	2.801,26	3.066,75	3.346,48
Arreglo solo de Frutas	2.879,50	3.157,35	3.459,92	3.785,94	4.131,84
Frutas con Baño de Chocolate	2.152,50	2.359,84	2.584,88	2.828,64	3.092,14
Arreglo Redondo	573,00	631,14	689,97	753,61	821,28
Arreglo Horizontal	284,28	314,25	340,86	373,10	406,78
Arreglo Floral Mediano	610,00	668,80	730,97	806,56	873,94
Con Flores y Frutas	646,00	714,96	766,64	842,01	920,45
Arreglo con Picaditas	943,00	1.033,72	1.129,05	1.228,11	1.358,50
<b>TOTAL</b>	<b>28.585,28</b>	<b>31.377,52</b>	<b>34.344,26</b>	<b>37.581,72</b>	<b>41.052,83</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Es importante recalcar que para proyectar las ventas se tomo en consideración dos factores:

- ❖ Cantidad: El año 1 se calculó en base al universo Muestral que es de 16.798 habitantes por el porcentaje de personas encuestadas que dijeron estar dispuestas a adquirir los productos o servicios que ofrece la micro empresa que es el 96%; mientras que el incremento que se aplico para cada año fue del 5% debido a que ese es el porcentaje que se aspira incrementar en ventas de acuerdo a lo establecido en el Plan de Marketing.
- ❖ Precio: Para el año 1 se tomo en consideración los precios de los productos que dispone la micro empresa, y para proyectarlos se realizó en base a la inflación del año correspondiente. En el Anexo No. 6 se refleja los respectivos cálculos de las proyecciones de ventas.

Como se puede observar en el cuadro de ventas proyectadas el crecimiento de ventas para cada año es significativo; considerando que del año 1 al año 2 existe un

incremento de \$2.792,24 dólares; mientras que del año 2 al año 3 el crecimiento es de \$2.966,74. Del año 3 al año 4 el incremento es de \$3.237,46 y del año 4 al 5 el incremento es de \$3.3471,11 dólares.

Por otra parte se establecerá el valor del IVA cobrado para lo cual se presenta a continuación un cuadro en donde se refleja el total de las ventas anuales con su respectivo cálculo del IVA:

**CUADRO No. 62**  
**VENTAS TOTALES AL AÑO**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS ANUALES	28.585,28	31.377,52	34.344,26	37.581,72	41.052,83
VENTAS MENSUALES	2.382,11	2.614,79	2.862,02	3.131,81	3.421,07
IVA COBRADO ANUAL	3.430,23	3.765,30	4.121,31	4.509,81	4.926,34

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

## **5.5. COSTO DE VENTAS**

Considerando que el Costo de Ventas, se establece mediante la determinación de todos los materiales e insumos necesarios para la producción de cada arreglo de flores o frutas a continuación se presenta de forma general los costos de ventas de cada uno de los productos que se mencionaron en el Plan de Marketing; sin embargo en el Anexo 7 se encuentran los costos de producción de cada arreglo de manera detallada.

**CUADRO No. 63  
COSTOS DE PRODUCCIÓN**

<b>MODELO</b>	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>UTILIDAD 30%</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
<b>SOLO DE FLORES</b>			
Arreglo Redondo	3,85	1,16	5,00
Arreglo Horizontal	5,00	1,50	6,50
Arreglo en Forma de Abanico	4,62	1,39	6,00
Arreglo en Plato	5,00	1,50	6,50
Traspirencia en Gel	6,53	1,96	8,50
Tipo Bonsay	5,00	1,50	6,50
<b>CON FRUTAS</b>			
Arreglo con Flores y Frutas	9,22	2,77	12,00
Arreglo solo de Frutas	5,00	1,50	6,50
Frutas con Baño de Chocolate	5,76	1,73	7,50
<b>PARA EVENTOS SOCIALES</b>			
Arreglo Redondo	2,30	0,69	3,00
Arreglo Horizontal	3,08	0,92	4,00
Arreglo Floral Mediano	7,70	2,31	10,00
Con Flores y Frutas	14,60	4,38	19,00
Arreglo con Picaditas	17,70	5,31	23,00

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

## **5.6. PROYECCIÓN DE COMPRAS**

Antes de establecer las compras de materiales que se debe realizar cada mes se identifican los meses regulares y meses especiales; con el propósito de establecer las compras necesarias para cada mes ya que se trata de productos que no se pueden conservar por mucho tiempo; puesto que en el caso de la frutas se puede descomponer y en el caso de las rosas se pueden marchitar; lo que representaría una pérdida para la micro empresa.

En el siguiente cuadro se refleja la cantidad de productos que la micro empresa debe producir para cada mes:



**CUADRO No. 64**  
**CANTIDAD DE PRODUCTOS POR MES**

MESES	CANTIDAD DE PRODUCTOS	VALOR
Enero	267	593,98
Febrero	435	816,18
Marzo	250	593,98
Abril	250	593,98
Mayo	435	816,18
Junio	435	816,18
Julio	435	816,18
Agosto	250	593,98
Septiembre	250	593,98
Octubre	250	593,98
Noviembre	435	816,18
Diciembre	250	593,98
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>3942</b>	<b>8.238,76</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Se puede decir que anteriormente ya se presentó de manera detallada las compras tanto de materiales como de insumos que se requiere para los meses regulares y para los meses especiales; por lo que a continuación se presenta únicamente un resumen de las comparas que se deben realizar de acuerdo al mes:

**CUADRO No. 65**  
**COMPRAS POR MES REGULAR Y ESPECIAL**

DESCRIPCIÓN	CANTIDES REQUERIDAS			COSTO INCURRIDO		
	CANTIDAD MATERIALES DIRECTOS	CANTIDAD MATERIALES INDIRECTOS	CANTIDAD TOTAL	COSTOS DIRECTOS	COSTOS INDIRECTOS	COSTO TOTAL
<b>MES REGULAR</b>			<b>18.704,42</b>	<b>4.013,87</b>	<b>143,99</b>	<b>4.157,86</b>
Compras por Unidades	16.702,00	1.799,00	18.501,00	3.604,30	143,99	3.748,29
Compras por Libras	168,42	-	168,42	357,77	-	357,77
Compras por Metros	35,00	-	35,00	51,80	-	51,80
<b>MES ESPECIAL</b>			<b>17.901,30</b>	<b>3.931,80</b>	<b>149,10</b>	<b>4.080,90</b>
Compras por Unidades	15.490,00	2.210,00	17.700,00	3.532,00	149,10	3.681,10
Compras por Libras	176,30	-	176,30	362,80	-	362,80
Compras por Metros	25,00	-	25,00	37,00	-	37,00

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Cabe recalcar que en el Anexo No. 8 se encuentra de manera detallada la proyección de compras para cada año; la misma que se realizó tomando en consideración dos factores que son:

- ❖ Cantidad: La misma se proyectó para cada año en base a un incremento del 5%, debido a que si se pretende incrementar las ventas cada año en un 5% las compras serían de igual forma; ya que como se dijo anteriormente no puede existir un exceso de compra de materiales puesto que estos tienden a descomponerse.
- ❖ Precio; el incremento del precio se proyectó en base a la inflación establecida para cada año.

A continuación se presenta la proyección de las compras de materiales e insumos para cada año, con su respectivo cálculo del IVA:

**CUADRO No. 66  
COMPRAS ANUALES**

PRODUCTOS	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Compras Totales	8.238,76	8.612,66	8.986,45	9.360,14	9.733,92
Compras Tarifa 0%	435,60	455,37	478,14	502,04	527,15
Compras Tarifa 12%	7.659,17	8.042,13	8.444,23	8.866,45	9.309,77
IVA en Compras	919,10	965,06	1.013,31	1.063,97	1.117,17

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en el presente cuadro el incremento del valor de las compras del año 1 al año 2 es de \$ 374,20 dólares; mientras que del año 2 al año 3 es de \$ 373,79 dólares. Del año 3 al año 4 el incremento es de \$ 403,69 dólares y del año 4 al 5 el incremento es de \$373,78 dólares. Además es preciso recalcar que de todas las compras de materiales e insumos lo que carga IVA 0% son las frutas.

Por otra parte se puede decir que además del IVA que se paga por las compras de materiales e insumos también existe el IVA de la compra de los activos; por lo tanto en el siguiente cuadro se reflejará el total del IVA pagado:

**CUADRO No. 67**  
**IVA EN DESGLOSADO**

<b>CÁLCULO DEL IVA PAGADO</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
COMPRAS	8.238,76	8.612,66	8.986,45	9.360,14	9.733,92
IVA MATERIA PRIMA	919,10	1.033,52	1.078,37	1.123,22	1.168,07
IVA EQUIPOS	442,44	965,06	1.013,31	1.063,97	1.117,17
<b>TOTAL IVA PAGADO</b>	<b>1.361,54</b>	<b>1.998,57</b>	<b>2.091,68</b>	<b>2.187,19</b>	<b>2.285,24</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

## 5.7. PROYECCIÓN DE GASTOS

Son los pagos o desembolsos que la organización hace por servicios tales como arriendo, energía eléctrica, salarios, viáticos, teléfono, transporte entre otros.<sup>51</sup>

A continuación se refleja la proyección de los gastos que debe realizar la micro empresa para su funcionamiento:

**CUADRO No. 68**  
**GASTOS PROYECTADOS**

<b>EGRESOS</b>	<b>ANUAL</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Arriendo Local	1.800,00	1.881,69	1.963,36	2.045,00	2.126,66
Arriendo Isla	480,00	501,78	523,56	545,33	567,11
Servicio Telefónico	216,00	225,80	235,60	245,40	255,20
Servicio de Luz Eléctrica	180,00	188,17	196,34	204,50	212,67
Servicio de Agua Potable	240,00	250,89	261,78	272,67	283,55
Publicidad	550,00	574,96	599,91	624,86	649,81
Promoción	403,56	422,74	441,93	461,11	480,28
Útiles de Limpieza	240,00	250,89	261,78	272,67	283,55
Útiles de oficina	360,00	376,34	392,67	409,00	425,33
Sueldos	8.640,00	9.032,11	9.424,11	9.815,99	10.207,98
Décimo Tercero	720,00	752,68	785,34	818,00	850,66
Décimo Cuarto	720,00	752,68	785,34	818,00	850,66
Vacaciones	360,00	376,34	392,67	409,00	425,33
Fondos de Reserva	-	752,68	785,34	818,00	850,66
IESS	1.049,76	1.097,40	1.145,03	1.192,64	1.240,27
<b>TOTAL</b>	<b>15.959,32</b>	<b>17.437,15</b>	<b>18.194,76</b>	<b>18.952,16</b>	<b>19.709,75</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

<sup>51</sup> [www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/IRIS/conceptos.htm](http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/IRIS/conceptos.htm)

Cabe recalcar que los gastos se proyectaron en base a la inflación establecida para cada año. Por otra parte se puede decir que los gastos de publicidad para el primer año se encuentran establecidos de manera detallada en el Anexo No.9; con el fin de dar a conocer los recursos que se van a utilizar para hacer publicidad a la Micro empresa “Dilo con Flores”.

Adicionalmente se estableció de manera detallada las bonificaciones de cada año proyectado en el Anexo No.10; lo cual también representa un gasto para la Micro empresa.

## **5.8. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS**

A partir del presupuesto de inversión se comienza a elaborar los Balances; mediante los cuales se puede deducir y tener ideas claras para el futuro de la Micro empresa “Dilo con Flores”; que permitan tomar las decisiones más acertadas y oportunas.

### **5.8.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

A través de este estado se puede dar a conocer la Utilidad Neta que tiene la Micro empresa, descontando los gastos administrativos y el respectivo porcentaje tanto para los Trabajadores como para el Impuestos a la Renta.

A continuación se presenta el Estado de Pérdidas y Ganancias de la Micro empresa “Dilo con Flores”:

**CUADRO No. 69**  
**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	PERIODOS				
	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
VENTAS	28.585,28	31.377,52	34.344,26	37.581,72	41.052,83
(-) COSTO DE VENTAS	7.579,66	8.582,75	8.956,55	9.330,24	9.704,02
Inv. Inicial	-	659,10	689,01	718,92	748,81
(+) Compras	8.238,76	8.612,66	8.986,45	9.360,14	9.733,92
(=) Disponible para la Venta	8.238,76	9.271,76	9.675,46	10.079,05	10.482,73
(-) Inv. Final	659,10	689,01	718,92	748,81	778,71
<b>(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>21.005,62</b>	<b>22.794,77</b>	<b>25.387,71</b>	<b>28.251,48</b>	<b>31.348,81</b>
<b>(-)GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>16.345,98</b>	<b>17.051,95</b>	<b>17.757,71</b>	<b>18.279,96</b>	<b>18.985,70</b>
<b>*ADMINISTRATIVOS</b>					
Arriendo Local	1.800,00	1.881,69	1.963,36	2.045,00	2.126,66
Arriendo Isla	480,00	501,78	523,56	545,33	567,11
Servicio Telefónico	216,00	225,80	235,60	245,40	255,20
Servicio de Luz Eléctrica	180,00	188,17	196,34	204,50	212,67
Servicio de Agua Potable	240,00	250,89	261,78	272,67	283,55
Útiles de Limpieza	240,00	250,89	261,78	272,67	283,55
Útiles de oficina	360,00	376,34	392,67	409,00	425,33
Sueldos	8.640,00	9.032,11	9.424,11	9.815,99	10.207,98
Beneficios Sociales	1.800,00	1.881,69	1.963,36	2.045,00	2.126,66
IESS	1.049,76	1.097,40	1.145,03	1.192,64	1.240,27
Depreciaciones	497,03	497,03	497,03	313,72	313,72
Amortizaciones	293,19	293,19	293,19	293,19	293,19
<b>TOTAL ADMINISTRATIVOS</b>	<b>15.795,98</b>	<b>16.476,99</b>	<b>17.157,79</b>	<b>17.655,10</b>	<b>18.335,89</b>
<b>*DE VENTAS</b>					
Gasto Publicidad	550,00	574,96	599,91	624,86	649,81
Gasto Promoción	403,56	422,74	441,93	461,11	480,28
<b>TOTAL DE VENTAS</b>	<b>550,00</b>	<b>574,96</b>	<b>599,91</b>	<b>624,86</b>	<b>649,81</b>
<b>(=)UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>4.659,65</b>	<b>5.742,82</b>	<b>7.630,00</b>	<b>9.971,52</b>	<b>12.363,11</b>
<b>(-)GASTOS FINANCIEROS</b>					
INTERES	-	-	-	-	-
<b>(=)UTIL. ANTES DE TRAB. E IMP.</b>	<b>4.659,65</b>	<b>5.742,82</b>	<b>7.630,00</b>	<b>9.971,52</b>	<b>12.363,11</b>
(-)15% PARTIC. TRABAJADORES	698,95	861,42	1.144,50	1.495,73	1.854,47
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>3.960,70</b>	<b>4.881,40</b>	<b>6.485,50</b>	<b>8.475,79</b>	<b>10.508,64</b>
(-)25% IMP. A LA RENTA	990,17	1.220,35	1.621,38	2.118,95	2.627,16
<b>(=)UTILIDAD NETA</b>	<b>2.970,53</b>	<b>3.661,05</b>	<b>4.864,12</b>	<b>6.356,84</b>	<b>7.881,48</b>
(-) Reserva Estatutaria (5%)	148,53	183,05	243,21	317,84	394,07
(-) Reserva Legal (10%)	297,05	366,11	486,41	635,68	788,15
<b>(=) UTILIDAD LÍQUIDA</b>	<b>2.524,95</b>	<b>3.111,89</b>	<b>4.134,51</b>	<b>5.403,31</b>	<b>6.699,26</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

- Antes de reflejar el Estado de Pérdidas y Ganancias se determino todos los ingresos y egresos que tendrá la Micro empresa “Dilo con Flores”.
- Como se puede observar en el cuadro No.69; la Micro empresa obtendría anualmente una utilidad a pesar de los Gastos generados; tomando en cuenta que solo en bonificaciones se gasta \$720 dólares mensuales sin considerar los beneficios sociales; sin embargo debido a que existe la proyección de ventas en valores considerables es que se logra cubrir los gastos generados y por tanto se consigue una utilidad.
- Por otra parte se puede decir que para el primer año la Micro empresa “Dilo con Flores”, tiene una utilidad de \$2.524,951; mientras que para el segundo año la utilidad asciende a \$3.111,89. Para el tercer y cuarto año la utilidad es de \$4.134,51 y \$5.403,31 dólares y para el quinto año la utilidad es de \$6.699,29 dólares.

## **5.9. FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

Es una herramienta que posibilita anticipar los saldos en dinero de una empresa a partir de los ingresos y egresos proyectados para un período determinado.<sup>52</sup>

El propósito del Flujo de Caja es dar a conocer el valor neto de la cuenta Caja; en este caso la Micro empresa cuenta con ese valor debido a que el sobrante del financiamiento se mantiene en la cuenta Caja.

Cabe recalcar que la Micro empresa “Dilo con Flores”; refleja a través del Flujo de Caja Proyectado los siguientes datos:

---

<sup>52</sup> es.wikipedia.org/wiki/Flujodecaja

**CUADRO No. 70  
FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

FLUJO NETO DE CAJA (EN DÓLARES)	PERIODOS					
	AÑO 0	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
<b>ENTRADAS</b>						
VENTAS		28.585,28	31.377,52	34.344,26	37.581,72	41.052,83
FINANCIAMIENTO	- 17.000,00		-	-	-	-
<b>TOTAL ENTRADAS</b>	<b>- 17.000,00</b>	<b>28.585,28</b>	<b>31.377,52</b>	<b>34.344,26</b>	<b>37.581,72</b>	<b>41.052,83</b>
<b>SALIDAS</b>						
COSTO DE VENTAS		7.579,66	8.582,75	8.956,55	9.330,24	9.704,02
SUELDOS		8.640,00	9.032,11	9.424,11	9.815,99	10.207,98
BENEFICIOS SOCIALES		1.800,00	1.881,69	1.963,36	2.045,00	2.126,66
SEGURO SOCIAL		1.049,76	1.097,40	1.145,03	1.192,64	1.240,27
SERV. BASICOS		636,00	664,86	693,72	722,57	751,42
ARRIENDOS		2.280,00	2.383,47	2.486,92	2.590,33	2.693,77
UTILES DE LIMPIEZA		240,00	250,89	261,78	272,67	283,55
DEPRECIACIONES		497,03	497,03	497,03	313,72	313,72
AMORTIZACIONES		293,19	293,19	293,19	293,19	293,19
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		550,00	574,96	599,91	624,86	649,81
UTILES DE OFICINA		360,00	376,34	392,67	409,00	425,33
(-)GASTOS FINANCIEROS		-	-	-	-	-
(-)15% PARTIC. TRABAJADORES		698,95	861,42	1.144,50	1.495,73	1.854,47
(-)25% IMP. A LA RENTA		990,17	1.220,35	1.621,38	2.118,95	2.627,16
<b>TOTAL SALIDAS</b>		<b>25.614,76</b>	<b>27.716,47</b>	<b>29.480,14</b>	<b>31.224,88</b>	<b>33.171,35</b>
<b>ENTRADAS - SALIDAS</b>		<b>2.970,53</b>	<b>3.661,05</b>	<b>4.864,12</b>	<b>6.356,84</b>	<b>7.881,48</b>
(+)AUTOGENERADOS						
DEPRECIACIONES		497,03	497,03	497,03	313,72	313,72
AMORTIZACIONES		293,19	293,19	293,19	293,19	293,19
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>- 17.000,00</b>	<b>3.760,74</b>	<b>4.451,27</b>	<b>5.654,34</b>	<b>6.963,74</b>	<b>8.488,38</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en el presente cuadro la Micro empresa “Dilo con Flores”; en el año 2011 refleja un Flujo Neto Caja de \$3.760,74 dólares, tomando en cuenta que los únicos ingresos que posee la misma son las ventas. En el año 2012 existe un incremento de \$ 4.451,27 dólares y en año 2013 el incremento es de \$5.654,34 dólares. Por otra parte para el año 2014 y 2015 el incremento es de \$6.963,74 dólares y \$ 8.488,38 dólares respectivamente.

## 5.10. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Con esta evaluación se pretende analizar indicadores que permitan medir la rentabilidad de la Micro empresa “Dilo con Flores”; para lo cual se calculan los siguientes indicadores como son el T.I.R, V.A.N Y Costo Beneficio.

### 5.10.1. CÁLCULO V.A.N

Es el máximo valor que un inversionista esta dispuesto a pagar por la oportunidad de llevar a cabo un proyecto sin la disminución de sus utilidades

Como se puede observar el cuadro siguiente el VAN es de 20.166,74 USD, determinando que el valor es positivo y mayor que cero por lo cual se considera que el proyecto es recomendable.

**CUADRO No. 71  
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO**

<b>EVALUACION FINANCIERA</b>						
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>						
<b>Inversion</b>	<b>Año 2011</b>	<b>Año 2012</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>VAN</b>
- 9.151,73	3.760,74	4.451,27	5.654,34	6.963,74	8.488,38	<b>20.166,74</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

### 5.10.2. CÁLCULO T.I.R

Cuando la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de interés, el rendimiento que obtendría el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendría en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene realizar la inversión; pero si la tasa interna de retorno es menor que la tasa de interés, el proyecto debe rechazarse.<sup>53</sup>

Por lo tanto se puede decir que la Tasa Interna de Retorno representa la tasa de rendimiento del proyecto, la cual en este caso refleja un nivel del 47%, determinándose como atractiva especialmente para los inversionistas, debido a que

<sup>53</sup> <http://www.econlink.com.ar/economia/criterios/tasainternaderetorno.shtml>



existe un amplio margen sobre la tasa de descuento del 11,89%; por lo que a su vez se puede decir que el proyecto rinde más que la inversión.

**CUADRO No. 72**  
**CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>EVALUACION FINANCIERA</b>	
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	
Inversion	- 9.151,73
Año 2011	3.760,74
Año 2012	4.451,27
Año 2013	5.654,34
Año 2014	6.963,74
Año 2015	8.488,38
<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	<b>47%</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

### 5.10.3. CÁLCULO DE BENEFICIO COSTO

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión; puesto que pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.

La relación Costo Beneficio de la Micro empresa “Dilo con Flores”, tiene una relación del 1,57 del VAN por unidad monetaria invertida, es decir por cada dólar invertido se obtiene un beneficio equivalente a 57 centavos, confirmando que el plan estratégico es rentable.

**CUADRO No. 73  
COSTO BENEFICIO**

<b>EVALUACION FINANCIERA</b>			
<b>COSTO BENEFICIO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>Periodo</b>	<b>Flujo neto</b>	<b>Tasa de Descuento 11,89%</b>
Año 2011	1	3.760,74	4.207,90
Año 2012	2	4.451,27	4.980,52
Año 2013	3	5.654,34	6.326,64
Año 2014	4	6.963,74	7.791,73
Año 2015	5	8.488,38	9.497,65
<b>TOTAL</b>		20.830,09	32.804,44
<b>COSTO/BENEFICIO</b>			<b>1,57</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

#### **5.10.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN**

Es el tiempo que se requiere para recuperar la inversión inicial, realizada tomando como base los flujos de caja de inversiones que se generan en el transcurso de la vida útil del proyecto.

Determinando en este caso como el período de recuperación de la inversión de \$9.151,73 dólares el año 2013 en el que llega el flujo efectivo de inversión a 13.866,35 dólares. Cabe recalcar que en este período además de recuperar la inversión existe un excedente de \$4.714,62 dólares.

A continuación se refleja el cuadro del período de recuperación:

**CUADRO No. 74  
PERÍODOD DE RECUPERACIÓN**

<b>EVALUACION FINANCIERA</b>			
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN</b>			
<b>Año</b>	<b>Periodo</b>	<b>Flujo neto</b>	<b>Período de Recuperación</b>
Año 2011	1	3.760,74	3.760,74
Año 2012	2	4.451,27	8.212,01
Año 2013	3	5.654,34	13.866,35
Año 2014	4	6.963,74	20.830,09
Año 2015	5	8.488,38	29.318,47

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

**5.10.5. PUNTO DE EQUILIBRIO**

Considerando que el Punto de Equilibrio es aquel nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, y por ende no existe utilidad; además se considera que es el nivel en el cual desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa. Para la determinación del punto de equilibrio se requiere la existencia de cuatro elementos básicos: los ingresos, margen financiero, los costos variables y los costos fijos.

- **AÑO 2011**

La cifra de ventas para el año 2011 que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de de la Micro empresa “Dilo con Flores” y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida es de \$ 15.530,30 dólares; como esta establecido en el siguiente cuadro:

**CUADRO No. 75  
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2011**

<b>DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES AÑO 2011</b>			
<b>VENTAS</b>		<b>28.585,28</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>VALOR</b>
SUELDOS	8.640,00	SERV. BASICOS	636,00
BENEFICIOS SOCIALES	1.800,00	UTILES DE LIMPIEZA	240,00
SEGURO SOC. 12,15%	1.049,76	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	550,00
ARRIENDOS	2.280,00	UTILES DE OFICINA	360,00
DEPRECIACIONES	497,03	GASTOS FINANCIEROS	-
AMORTIZACIONES	293,19		
<b>TOTAL</b>	<b>14.559,98</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.786,00</b>

<b>CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE VENTAS AÑO 2011</b>	
<b>Pe=</b>	$\frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$
<b>Pe=</b>	$\frac{14559,976}{0,937520299}$
<b>Pe=</b>	<b>15.530,30</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

- AÑO 2012**

La cantidad de ventas necesarias en el año 2012 requeridas para cubrir los gastos y costos y de esta manera no obtener ni utilidad ni pérdida es de \$ 16.145,60 dólares.

**CUADRO No. 76  
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2012**

<b>DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES AÑO 2012</b>			
<b>VENTAS</b>		<b>31.377,52</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>VALOR</b>
SUELDOS	9.032,11	SERV. BASICOS	664,86
BENEFICIOS SOCIALES	1.881,69	UTILES DE LIMPIEZA	250,89
SEGURO SOC. 12,15%	1.097,40	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	574,96
ARRIENDOS	2.383,47	UTILES DE OFICINA	376,34
DEPRECIACIONES	497,03	GASTOS FINANCIEROS	-
AMORTIZACIONES	293,19		
<b>TOTAL</b>	<b>15.184,89</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.867,05</b>

<b>CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE VENTAS AÑO 2012</b>	
<b>Pe=</b>	$\frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$
<b>Pe=</b>	$\frac{15184,89361}{0,940497062}$
<b>Pe=</b>	<b>16.145,60</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

- **AÑO 2013**

En el 2013 se debe alcanzar ventas mínimas de \$ 16.760,31 para de esta manera no obtener ni utilidad ni pérdida y cubrir los gastos, costos de la Micro empresa “Dilo con Flores”.

**CUADRO No. 77**  
**CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2013**

<b>DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES AÑO 2013</b>			
<b>VENTAS</b>		<b>34.344,26</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>VALOR</b>
SUELDOS	9.424,11	SERV. BASICOS	693,72
BENEFICIOS SOCIALES	1.963,36	UTILES DE LIMPIEZA	261,78
SEGURO SOC. 12,15%	1.145,03	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	599,91
ARRIENDOS	2.486,92	UTILES DE OFICINA	392,67
DEPRECIACIONES	497,03	GASTOS FINANCIEROS	-
AMORTIZACIONES	293,19		
<b>TOTAL</b>	<b>15.809,62</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.948,08</b>

<b>CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE VENTAS AÑO 2013</b>	
<b>Pe=</b>	$\frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$
<b>Pe=</b>	$\frac{15.809,62}{0,943277718}$
<b>Pe=</b>	<b>16.760,31</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

- **AÑO 2014**

Para el 2014 se debe acceder a ventas mínimas de \$ 17.178,35 dólares; para de esta manera no obtener ni utilidad ni pérdida y cubrir los gastos, costos de la Micro empresa “Dilo con Flores.

**CUADRO No. 78  
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2014**

<b>DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES AÑO 2014</b>			
<b>VENTAS</b>		<b>37.581,72</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>VALOR</b>
SUELDOS	9.815,99	SERV. BASICOS	722,57
BENEFICIOS SOCIALES	2.045,00	UTILES DE LIMPIEZA	272,67
SEGURO SOC. 12,15%	1.192,64	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	624,86
ARRIENDOS	2.590,33	UTILES DE OFICINA	409,00
DEPRECIACIONES	313,72	GASTOS FINANCIEROS	-
AMORTIZACIONES	293,19		
<b>TOTAL</b>	<b>16.250,86</b>	<b>TOTAL</b>	<b>2.029,09</b>

<b>CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE VENTAS AÑO 2014</b>	
<b>Pe=</b>	$\frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$
<b>Pe=</b>	$\frac{16.250,86}{0,946008521}$
<b>Pe=</b>	<b>17.178,35</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

- AÑO 2015**

La cifra mínima de ventas en el año 2015 que es requerida para cubrir los gastos y costos de la Micro empresa “Dilo con Flores” y consecuentemente no obtener ni utilidad ni pérdida es de \$ 17.789,99 dólares.

**CUADRO No. 79  
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO 2015**

<b>DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES AÑO 2015</b>			
<b>VENTAS</b>		<b>41.052,83</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>VALOR</b>
SUELDOS	10.207,98	SERV. BASICOS	751,42
BENEFICIOS SOCIALES	2.126,66	UTILES DE LIMPIEZA	283,55
SEGURO SOC. 12,15%	1.240,27	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	649,81
ARRIENDOS	2.693,77	UTILES DE OFICINA	425,33
DEPRECIACIONES	313,72	GASTOS FINANCIEROS	-
AMORTIZACIONES	293,19		
<b>TOTAL</b>	<b>16.875,58</b>	<b>TOTAL</b>	<b>2.110,12</b>

<b>CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE VENTAS AÑO 2015</b>	
<b>Pe=</b>	$\frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$
<b>Pe=</b>	$\frac{16.875,58}{0,948599863}$
<b>Pe=</b>	<b>17.789,99</b>

**ELABORADO POR:** Autora de Tesis

Como se puede observar en los cuadros reflejados del punto de equilibrio, establece el monto mínimo que la Micro empresa “Dilo con Flores”; va desde \$15.530,30 dólares, en el primer año y \$ 17.789,99 dólares en el ultimo año proyectado.



## **CAPITULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 CONCLUSIONES**

- De acuerdo con el análisis realizado para la creación de la micro empresa “Dilo con Flores”; se puede deducir que la ejecución del proyecto es viable y rentable; tomando en cuenta que para esta determinación se consideró el estudio de factibilidades realizado en cada capítulo.
  
- Es importante destacar que el presente proyecto tiene por objetivo mejorar las condiciones de vida de las madres y sus hijos con capacidades diferentes del sur de Quito, brindándoles una fuente de empleo estable y que a su vez que les permita tener tiempo libre para compartir con sus hijos.
  
- De acuerdo al estudio de selección del sector, se determinó que el sector de Quitumbe es el lugar idóneo para el establecimiento de la micro empresa debido a que no existe actualmente negocios que brinden los mismos productos y servicios que la microempresa “Dilo con Flores”; además se consideró que el sector seleccionado es actualmente comercial, ya que se encuentra aledaño a lugares comerciales como es el Terminal Terrestre, Quicentro Sur, Hospital Un Canto a la Vida; entre otros lo que hace que exista mayor afluencia de personas en el sector.
  
- En base al estudio de mercado realizado se dedujo que los productos que va a ofrecer la microempresa tendrán aceptación en el mercado seleccionado; debido a que un 94% de la población encuestada dijo que estaría dispuesta a consumir arreglos de flores o frutas.

- La Factibilidad Técnica y de Producción determina que los procedimientos que se deben cumplir para la elaboración de los productos y las herramientas necesarias no requieren de innovación tecnológica, por el contrario se los puede adquirir de manera sencilla y poco costosa.
- Se ha demostrado la viabilidad de la implementación del presente proyecto mediante una evaluación financiera; la misma que refleja un Valor Actual Neto de \$20.166,74 dólares; por otra parte se puede decir que la Tasa Interna de Retorno es de 47% lo que representa que está por encima de la Tasa de Interés Actual y un Período de Recuperación de la inversión que empieza a partir del tercer año.
- Para concluir se comprueba que con creación de la Microempresa “Dilo con Flores”, se obtendrá una utilidad líquida en el año 2011 de \$ 2.524,95 dólares; la mismas que se incrementará anualmente de manera sostenida sin provocar peligro para la organización.

## 6.2 RECOMENDACIONES

- Para que la microempresa “Dilo con Flores” pueda cumplir con los objetivos trazados debe aplicar las estrategias sugeridas; las mismas que han sido desarrolladas en base a un estudio exhaustivo tomando en cuenta los factores de éxito.
- Por otra parte se recomienda que la Micro empresa “Dilo con Flores”; tome sus decisiones en base al diagnóstico presentado anteriormente; con el fin de que cumpla con los objetivos y obtenga los resultados económicos esperados y de esta manera sus decisiones se sustenten en un escenario real.
- Con la finalidad de conseguir una correcta operativización y ordenamiento de la microempresa se debe tomar en cuenta el manual de funciones y proceso, cumpliendo los estándares establecidos y de esta manera ofrecer productos de calidad.
- En lo concerniente a la realización de arreglos tanto de flores como de frutas y decoración para eventos sociales, se recomienda mantenerse actualizados en conocimientos de Floristería y Garnish; con el propósito de ofrecer diversidad de productos y así para captar la atención de los clientes.
- Adicional a esto, es indispensable recordar que para la instalación de la micro empresa se debe tomar en cuenta factores climáticos; para garantizar la conservación de las flores en buen estado; ya que las mismas no deben estar expuestas al calor.

- Para lograr una adecuada estructura administrativa y organizacional se recomienda tomar en cuenta a las madres que presentan habilidades, conocimiento, experiencia y gusto por desarrollar un trabajo en equipo para lograr resultados óptimos para la microempresa “Dilo con Flores” ubicada en el sur de Quito.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **LIBROS:**

- Administración de la Pequeña Empresa: ANZOLA ROJAS, Servolo; 2da Edición; México – McGraw – Hill – 2006.
- Administración empresarial una perspectiva global: KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz; 13va Edición, México; McGraw Internacional -Hill – 2008.
- Desarrollo organizacional y cambio: CUMMINGS, Thomson G, WORLEY Christopher; 8va Edición; México 2007.
- Teoría y Diseño organizacional: DAFT Richard L; 8va Edición, México; Thomson 2005.
- Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado: KINNEAR, Thomas C, Taylor Janes R; 5 ta Edición; Bogotá – Mc Graw - hill 200.
- Marketing Estratégico: Pest, Roger O; 4ta. Edición; Madrid; Pearson Education 2007.
- Teoría de la Organización. “Un Enfoque estratégico”: HODGE, B.J, Anthony, William P, Gales Lawrenes M, 6ta Edición; Madrid – Pearson Education 2003.
- Fundamentos del Marketing: KLOTTER, Philip, ARMSTRONG, Gary; 8va Edición; México – Pearson Education 2008.
- Criterios de evaluación de proyectos: SAPAG CHAN Nassier; Madrid Mc Graw 1997.
- Preparación y evaluación de proyectos: SAPAG CHAIN Nassir; México Mc Graw Hill 2004, 4ta. Edición.
- Administración de proyectos: GRAY CLIFFORD Larson Erikw; México, Mc Graw Hill 2009, 4ta. Edición.
- Evaluación de proyectos: SAPAG PUELMA José Manuel; Bogotá Mc Graw Hill 2007; 3ra. Edición.
- Formulación de proyectos de inversión: HERNANDEZ HERNANDEZ Abrahm, Mc Graw Hill 2005.
- Gerencia de proyectos: RANDOLPH ROBERT Sabarredy Julian, Mc Graw Hill 2007.

- Evaluación de proyectos: BACA URBINA Gabriel; México Mc Graw Hill 2006, 5ta edición.
- Manual de calidad: JURAN Joseph, GODFREY A Blanton; Madrid Mc Graw Hill 2001, 5ta edición.
- Modelos económicos en la empresa: ROMERO Carlos; España 1998, 2da. Edición

#### **INTERNET:**

- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos11/pymes/pymes.shtml>
- ❖ <http://www.entorno-empresarial.com/imprimir.php?id=5>
- ❖ <http://www.definicionabc.com/social/evento.php>
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>
- ❖ <http://www.mailxmail.com/curso-empresa-compra/empresa-teoria-taylor>
- ❖ [http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/marco\\_teorico.htm](http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/marco_teorico.htm)
- ❖ <http://www.mitecnologico.com/Main/MarcoTeorico>
- ❖ [http://www.unimar.edu.ve/gonzalezalexis/tesis\\_web/m1requerimientospers.html](http://www.unimar.edu.ve/gonzalezalexis/tesis_web/m1requerimientospers.html)
- ❖ [http://www.google.com.ec/imgres?imgurl=http://sorprendemos.com/consultoresdocumentales/wp-content/uploads/2008/11/25-diagrama-de-gantt-actividad-111.gif&imgrefurl=http://sorprendemos.com/consultoresdocumentales/%3Fp%3D310&h=285&w=962&sz=24&tbnid=uueraExEvPPgOM:&tbnh=44&tbnw=148&prev=/images%3Fq%3Ddiagrama%2Bde%2Bgantt&hl=es&usq=\\_\\_YGeZYricI1h28BJzHxz07dHOn9A=&ei=HOesS\\_n6M4eVtgfVqZ3cDw&sa=X&oi=image\\_result&resnum=2&ct=image&ved=0CAgQ9QEwAQ](http://www.google.com.ec/imgres?imgurl=http://sorprendemos.com/consultoresdocumentales/wp-content/uploads/2008/11/25-diagrama-de-gantt-actividad-111.gif&imgrefurl=http://sorprendemos.com/consultoresdocumentales/%3Fp%3D310&h=285&w=962&sz=24&tbnid=uueraExEvPPgOM:&tbnh=44&tbnw=148&prev=/images%3Fq%3Ddiagrama%2Bde%2Bgantt&hl=es&usq=__YGeZYricI1h28BJzHxz07dHOn9A=&ei=HOesS_n6M4eVtgfVqZ3cDw&sa=X&oi=image_result&resnum=2&ct=image&ved=0CAgQ9QEwAQ)
- ❖ [http://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n\\_de\\_proyectos#Seg.C3.BAn\\_el\\_nivel\\_de\\_gesti.C3.B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n_de_proyectos#Seg.C3.BAn_el_nivel_de_gesti.C3.B3n)

# ANEXOS

## ANEXO 1

### CAPACITACIONES

- **CAPACITACIÓN TEÓRICA**



- **CAPACITACIONES PRÁCTICAS**







## ANEXO 2

### PREMISAS DE TRABAJO

PREMISAS DE TRABAJO						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Inflación	4,43%	4,75%	4,54%	4,34%	4,16%	3,99%
Incremento Ventas	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Incremento en compras	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Descuentos	5%	5%	5%	5%	5%	5%

## ANEXO 3

### INVERSIÓN DE ACTIVOS

ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
	<b>EQUIPOS</b>		<b>923,44</b>
1	Cocineta y Tanque de gas	105,45	105,45
1	Congelador Grande	817,99	817,99
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>2.195,28</b>
1	Mesa de Trabajo	120,00	120,00
4	Estanterías Ranuradas	135,00	540,00
2	Estantería con divisiones	97,32	194,64
1	Organizador con Cajones	35,70	35,70
1	Escritorio mediano	196,08	196,08
6	Sillas plásticas	9,81	58,86
1	Estructura de la Isla	1.050,00	1.050,00
	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>18,25</b>
1	Teléfono	18,25	18,25
	<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>		<b>550,00</b>
1	Computadora e impresora	550,00	550,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>3.686,97</b>

<b>OTROS ACTIVOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
	<b>HERRAMIENTAS</b>		<b>208,56</b>
8	Tijeras Podadoras	4,52	36,16
8	Alicates	3,35	26,80
1	Set de Garnish	64,54	64,54
6	Puntillas	2,11	12,66
4	Cuchillos Medianos	9,81	39,24
1	Afilador de Cuchillos Eléctrico	29,16	29,16
	<b>UTILERIA Y MENAJE</b>		<b>402,37</b>
4	Tablas de Picar plásticas grandes	15,84	63,36
6	Tazones de Vidrio	6,14	36,84
3	Tazones de Metal	7,33	21,99
3	Pinzas Multiusos	10,35	31,05
2	Fuentes de Chocolate	70,55	141,10
3	Rociadores	1,25	3,75
6	Baldes de 16 Litros	4,08	24,48
2	Baldes de 120 Litros	24,54	49,08
3	Regaderas Plásticas	10,24	30,72
	<b>UTILES DE OFICINA</b>		<b>27,60</b>
2	Calculadora	3,40	6,80
10	Estiletes	1,10	11,00
6	Tijeras Medianas	0,30	1,80
4	Grapadoras Medianas	2,00	8,00
	<b>SUMINSTROS DE LIMPIEZA</b>		<b>92,74</b>
2	Tachos de Basura	26,77	53,54
2	Escobas	2,50	5,00
2	Recogedores de Basura	1,50	3,00
4	Pares de Guantes Plásticos	1,30	5,20
2	Cepillos Plásticos	2,00	4,00
2	Trapeadores	3,50	7,00
4	Toallas de manos	3,75	15,00
	<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>		<b>500,00</b>
	Pagos permisos	500,00	500,00
	<b>GASTOS DE CAPACITACIÓN</b>		<b>510,00</b>
6	Capacitación teórica: Universidad Politécnica Salesiana	40,00	240,00
6	Capacitación prácticas: Floristería y Garnish	45,00	270,00
	<b>GASTOS DE INSTALACIÓN Y ORDENAMIENTO</b>		<b>355,00</b>
	Adecuación	55,00	55,00
	Programa Contable	300,00	300,00
	<b>UNIFORMES</b>		<b>192,00</b>
12	Camisetas	6,00	72,00
12	Mandiles	10,00	120,00
<b>OTROS ACTIVOS</b>			<b>2.288,27</b>

**ANEXO 4**  
**MES REGULAR**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>			<b>573,41</b>
1500	Rosas	0,07	105,00
60	Astromelias	0,08	4,80
30	Anturios	0,45	13,50
50	Avecillas	0,15	7,50
17	Lirios	0,75	12,75
30	Nardos	0,25	7,50
80	Shimsop	0,08	6,40
30	Ruscus	0,08	2,40
70	Hoja Choclera	0,03	2,10
5	Mirto	1,75	8,75
60	Papiro	0,06	3,60
30	Bambú	0,30	9,00
5	Áster	1,00	5,00
40	Hojas de cordelin	0,30	12,00
5	Pecera pequeña	2,80	14,00
2	Pecera grande	3,80	7,60
20	Canasta de Mimbre	1,00	20,00
8	Base de madera	1,00	8,00
10	Base de plato	0,75	7,50
80	Base Redonda mediana	1,00	80,00
14	Base Redonda pequeña	0,70	9,80
15	Base ovalada grande	3,50	52,50
15	Cajas de cartón	1,00	15,00
15	Bases plásticas	0,45	6,75
20	Varitas Artificiales	0,35	7,00
30	Manzanas	0,20	6,00
30	Peras	0,20	6,00
3	Piñas	1,15	3,45
3 Libras	Uva roja	1,50	4,50
3 Libras	Uva verde	1,75	5,25
6 Libras	Frutillas	1,00	6,00
1 Libra	Uvilla	0,85	0,85
2 Fundas	Palos de pinchos	1,20	2,40
3 Rollos	Flora tape	1,30	3,90
200 Gramos	Jamón	2,20	2,20
200 Gramos	Salami	2,14	2,14
200 Gramos	Peperoni	3,50	3,50

500 Gramos	Queso mozzarella	3,99	3,99
200 Gramos	Tocino	4,28	4,28
2,2 Libras	Chocolate Colombiano	10,00	10,00
1 Libras	Disolvente de Manteca de Cacao	1,25	1,25
1 Caja	Tomate cherry	0,73	0,73
1 Atado	Perejil fresco	0,47	0,47
4 Fundas	Gel Hidratado	0,25	1,00
2 Caja	Oasis	30,00	60,00
5 Libra	Alambre	1,43	7,15
5 Metros	Malla	1,48	7,40
1	Gas	2,50	2,50
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			<b>20,57</b>
250	Tarjetas	0,05	12,50
2	Cinta de embalaje	1,25	2,50
2 Pares	Guantes	0,80	1,60
1 Caja	Papel aluminio	1,60	1,60
1 Rollos	Cintas plásticas	2,00	2,00
1 Caja	Palillos	0,37	0,37
<b>TOTAL</b>			<b>593,98</b>

**MES ESPECIAL**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>			<b>786,36</b>
2000	Rosas	0,07	140,00
60	Astromelias	0,08	4,80
30	Anturios	0,45	13,50
50	Avecillas	0,15	7,50
17	Lirios	0,75	12,75
30	Nardos	0,25	7,50
80	Shimsop	0,08	6,40
30	Ruscus	0,08	2,40
70	Hoja Choclera	0,03	2,10
5	Mirto	7,75	38,75
60	Papiro	0,06	3,60
30	Bambú	0,30	9,00
10	Áster	1,00	10,00
40	Hojas de cordelin	0,30	12,00
8	Pecera pequeña	2,80	22,40
6	Pecera grande	3,80	22,80
24	Canasta de Mimbre	1,00	24,00
14	Base de madera	1,00	14,00
22	Base de plato	0,75	16,50
100	Base Redonda mediana	1,00	100,00
36	Base Redonda pequeña	0,70	25,20
20	Base ovalada grande	3,50	70,00
30	Cajas de cartón	1,00	30,00
30	Bases plásticas	0,45	13,50
20	Varitas Artificiales	0,35	7,00
30	Manzanas	0,20	6,00
30	Peras	0,20	6,00
3	Piñas	1,15	3,45
5 Libras	Uva roja	1,50	7,50
5 Libras	Uva verde	1,75	8,75
8 Libras	Frutillas	1,00	8,00
3 Libra	Uvilla	0,85	2,55
4 Fundas	Palos de pinchos	1,20	4,80
5 Rollos	Flora tape	1,65	8,25
200 Gramos	Jamón	2,20	2,20
200 Gramos	Salami	2,14	2,14
200 Gramos	Peperoni	3,50	3,50
500 Gramos	Queso mozzarella	3,99	3,99
200 Gramos	Tocino	4,28	4,28
4,4 Libras	Chocolate Colombiano	10,00	20,00

2	Libras	Disolvente de Manteca de Cacao	1,25	2,50
1	Caja	Tomate cherry	0,73	0,73
1	Atado	Perejil cresco	0,47	0,47
4	Fundas	Gel Hidratado	0,25	1,00
2	Caja	Oasis	30,00	60,00
5	Libra	Alambre	1,43	7,15
5	Metros	Malla	1,48	7,40
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>				<b>29,82</b>
435		Tarjetas	0,05	21,75
2		Cinta de embalaje	1,25	2,50
2	Pares	Guantes	0,80	1,60
1	Caja	Papel aluminio	1,60	1,60
1	Rollos	Cintas plásticas	2,00	2,00
1	Caja	Palillos	0,37	0,37
<b>TOTAL</b>				<b>816,18</b>

**ANEXO 5**

**DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>								
Mesa de Trabajo	120,00	10	12,00	12,00	24,00	36,00	48,00	60,00
Estanterías Ranuradas	540,00	10	54,00	54,00	108,00	162,00	216,00	270,00
Estantería con divisiones	194,64	10	19,46	19,46	38,93	58,39	77,86	97,32
Organizador con Cajones	35,70	10	3,57	3,57	7,14	10,71	14,28	17,85
Escritorio mediano	196,08	10	19,61	19,61	39,22	58,82	78,43	98,04
Sillas plásticas	58,86	10	5,89	5,89	11,77	17,66	23,54	29,43
Estructura de la Isla	1.050,00	10	105,00	105,00	210,00	315,00	420,00	525,00
<b>EQUIPOS</b>								
Cocineta y Tanque de gas	105,45	10	10,55	10,55	21,11	31,65	42,20	52,75
Congelador Grande	817,99	10	81,80	81,80	163,60	245,40	327,20	409,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>								
Teléfono	18,25	10	1,83	1,83	3,66	5,49	7,32	9,15
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>								
Computadora e impresora	550,00	3	183,32	183,32	366,64	549,96		
<b>TOTAL</b>				<b>497,03</b>	<b>994,06</b>	<b>1.491,09</b>	<b>1.254,83</b>	<b>1.568,54</b>



**ANEXO 6**  
**PROYECCIÓN EN VENTAS**

PRODUCTOS	2011			2012			2013			2014			2015		
	CANT.	VALOR	TOTAL	CANT.	VALOR	TOTAL	CANT.	VALOR	TOTAL	CANT.	VALOR	TOTAL	CANT.	VALOR	TOTAL
Arreglo Redondo	750	5,00	3.750,00	788	5,23	4.121,24	827	5,45	4.507,15	868	5,68	4.930,24	912	5,91	5.389,92
Arreglo Horizontal	435	6,50	2.827,50	457	6,79	3.103,03	480	7,09	3.403,20	504	7,38	3.719,52	529	7,68	4.062,72
Arreglo en Forma de Abanico	1170	6,00	7.020,00	1229	6,27	7.705,83	1290	6,54	8.436,60	1354	6,82	9.234,28	1422	7,09	10.081,98
Arreglo en Plato	241	6,50	1.566,50	253	6,79	1.717,87	266	7,09	1.885,94	279	7,38	2.059,02	293	7,68	2.250,24
Trasparencia en Gel	209	8,50	1.776,50	219	8,89	1.946,91	230	9,27	2.132,10	242	9,66	2.337,72	254	10,04	2.550,16
Tipo Bonsay	189	6,50	1.228,50	198	6,79	1.344,42	208	7,09	1.475,72	219	7,38	1.616,22	230	7,68	1.766,40
Arreglo con Flores y Frutas	194	12,00	2.328,00	204	12,54	2.558,16	214	13,09	2.801,26	225	13,63	3.066,75	236	14,18	3.346,48
Arreglo solo de Frutas	443	6,50	2.879,50	465	6,79	3.157,35	488	7,09	3.459,92	513	7,38	3.785,94	538	7,68	4.131,84
Frutas con Baño de Chocolate	287	7,50	2.152,50	301	7,84	2.359,84	316	8,18	2.584,88	332	8,52	2.828,64	349	8,86	3.092,14
Arreglo Redondo	191	3,00	573,00	201	3,14	631,14	211	3,27	689,97	221	3,41	753,61	232	3,54	821,28
Arreglo Horizontal	71	4,00	284,28	75	4,19	314,25	78	4,37	340,86	82	4,55	373,10	86	4,73	406,78
Arreglo Floral Mediano	61	10,00	610,00	64	10,45	668,80	67	10,91	730,97	71	11,36	806,56	74	11,81	873,94
Con Flores y Frutas	34	19,00	646,00	36	19,86	714,96	37	20,72	766,64	39	21,59	842,01	41	22,45	920,45
Arreglo con Picaditas	41	23,00	943,00	43	24,04	1.033,72	45	25,09	1.129,05	47	26,13	1.228,11	50	27,17	1.358,50
<b>TOTAL</b>	<b>4316</b>	<b>124,00</b>	<b>28.585,28</b>	<b>4532</b>	<b>129,63</b>	<b>31.377,52</b>	<b>4758</b>	<b>135,26</b>	<b>34.344,26</b>	<b>4996</b>	<b>140,88</b>	<b>37.581,72</b>	<b>5246</b>	<b>146,51</b>	<b>41.052,83</b>

**ANEXO 7**

**COSTO DE VENTAS DE ARREGLOS FLORALES**

<b>ARREGLO REDONDO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
15	Rosas	0,07	1,05
6	Astromelias	0,08	0,48
4	Ruscu	0,08	0,32
4	Shimsop	0,08	0,32
	Alambre y malla	0,33	0,33
1	Base redonda	1,00	1,00
1	Oasis	0,35	0,35
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>3,85</b>

<b>ARREGLO HORIZONTAL</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
16	Rosas	0,07	1,12
3	Cordelines	0,30	0,90
1	Aster	1,00	1,00
	Mirto	0,33	0,33
1	Base redonda	1,00	1,00
1	Oasis	0,35	0,35
	Alambre y malla	0,30	0,30
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>5,00</b>

<b>ARREGLO EN FORMA DE ABANICO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
16	Rosas	0,07	1,12
8	Chocleras	0,03	0,24
7	Astromelias	0,08	0,56
6	Shimsop	0,08	0,48
2	Nardo	0,25	0,50
1	Base redonda	1,00	1,00
1	Oasis	0,25	0,25
	Alambre y malla	0,20	0,20
	Mirto	0,27	0,27
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>4,62</b>

<b>ARREGLO EN PLATO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
16	Rosas	0,07	1,12
6	Papiros	0,06	0,36
3	Choclera	0,03	0,09
5	Ruscus	0,08	0,40
6	Avecillas	0,15	0,90
2	Varitas artificiales	0,35	0,70
1	Bambú	0,30	0,30
1	Base de plato	0,75	0,75
1	Oasis	0,38	0,38
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>5,00</b>

<b>TRASPARENCIA EN GEL</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
15	Rosas	0,07	1,05
1	Anturios	0,45	0,45
1	Papiro	0,06	0,06
3	Varitas artificiales	0,35	1,05
3	Shimsop	0,08	0,24
3	Avecilla	0,15	0,45
1	Pecera	2,80	2,80
1	Oasis	0,23	0,23
	Gel Hidratado	0,20	0,20
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>6,53</b>

<b>TIPO BONZAY</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
17	Rosas	0,07	1,19
6	Ruscus	0,08	0,48
3	Varitas artificiales	0,35	1,05
8	Shimsop	0,08	0,64
1	Base de madera	1,00	1,00
1	Oasis	0,34	0,34
	Malla y alambre	0,30	0,30
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>5,00</b>

## ARREGLOS CON FRUTAS

<b>ARREGLO CON FLORES Y FRUTAS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
8	Rosas	0,07	0,56
3	Hojas chocleras	0,03	0,09
3	Shimsop	0,08	0,24
2	Lirios	0,75	1,50
	Mirto	0,22	0,22
2	Peras	0,20	0,40
2	Manzanas	0,20	0,40
	Uvas	0,80	0,80
3	Varitas artificiales	0,35	1,05
1	Oasis	0,26	0,26
	Alambre y malla	0,20	0,20
1	Base ovalada	3,50	3,50
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>9,22</b>

<b>ARREGLO SOLO FRUTAS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
3	Manzanas	0,20	0,60
3	Peras	0,20	0,60
	Piña	0,25	0,25
10	Uvillas	0,30	0,30
1	Base ovalada	1,00	1,00
1	Canasta de mimbre	1,00	1,00
1	Oasis	0,45	0,45
5	Palos de pinchos	0,15	0,15
	Flora tape	0,40	0,30
	Alambre y malla	0,35	0,35
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>5,00</b>

<b>FRUTAS BAÑADAS EN CHOCOLATE</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1 Libra	Frutillas	1,50	1,50
1 Libra	Uvas rojas	1,55	1,55
	Chocolate	1,26	1,26
	Base plástica	0,45	0,45
1	Caja de cartón	1,00	1,00
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>5,76</b>

### ARREGLOS PARA DECORACIÓN DE EVENTOS SOCIALES

<b>ARREGLO REDONDO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
6	Rosas	0,07	0,42
5	Astromelias	0,08	0,40
1	Ruscu	0,08	0,08
1	Mirto	0,10	0,10
	Alambre y malla	0,35	0,35
1	Base redonda	0,70	0,70
1	Oasis	0,25	0,25
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>2,30</b>

<b>ARREGLO HORIZONTAL</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
14	Rosas	0,07	0,98
5	Astromelia	0,08	0,40
	Mirto	0,50	0,50
1	Base redonda	0,70	0,70
1	Oasis	0,20	0,20
	Alambre y malla	0,30	0,30
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>3,08</b>

<b>ARREGLO FLORAL MEDIANO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
16	Rosas	0,07	1,12
4	Anturios	0,45	1,80
2	Papiro	0,06	0,12
1	Varitas artificiales	0,35	0,35
1	Shimsop	0,08	0,08
1	Avecilla	0,15	0,15
1	Pecera	3,80	3,80
1	Oasis	0,13	0,13
	Gel Hidratado	0,15	0,15
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>7,70</b>

<b>ARREGLO CON FLORES Y FRUTAS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
18	Rosas	0,07	1,26
10	Hojas chocleras	0,03	0,30
4	Anturio	0,45	1,80
8	Shimsop	0,08	0,64
3	Lirios	0,75	2,25
	Mirto	0,35	0,25
3	Peras	0,20	0,60
2	Manzanas	0,20	0,40
2 Racimos	Uvas	2,02	2,02
1	Base ovalada	3,50	3,50
1	Canasta de mimbre	1,00	1,00
1	Oasis	0,25	0,25
	Alambre y malla	0,33	0,33
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>14,60</b>

<b>ARREGLO CON PICADITAS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
18	Rosas	0,07	1,26
6	Hojas chocleras	0,03	0,18
4	Anturio	0,45	1,80
4	Shimsop	0,35	1,40
1	Lirios	0,75	0,75
	Mirto	0,20	0,20
1	Base ovalada	3,50	3,50
1	Oasis	0,40	0,40
	Alambre y malla	0,30	0,30
100 gramos	Jamón	1,10	1,10
100 gramos	Salami	1,07	1,07
100 gramos	Peperoni	1,75	1,75
200 gramos	Queso mozzarella	1,60	1,60
100 gramos	Tocino	2,14	2,14
	Tomate cherry	0,15	0,15
	Perejil crespo	0,10	0,10
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>17,70</b>

## ANEXO 8

### PROYECCIÓN DE COMPRAS

PRODUCTOS	2011		2012		2013		2014		2015	
	CANTIDAD	COSTO	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR
Compras por Unidades	36.201,00	7.429,39	38011	7.766,56	39912	8.103,63	41907	8.440,61	44003	8.777,67
Compras por Libras	344,72	720,57	362	753,27	380	785,96	399	818,65	419	851,34
Compras por Metros	60,00	88,80	63	92,83	66	96,86	69	100,89	73	104,92
<b>TOTAL</b>		<b>8.238,76</b>		<b>8.612,66</b>		<b>8.986,45</b>		<b>9.360,14</b>		<b>9.733,92</b>

## ANEXO 9

### PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1000	Hojas volantes en formato UB	0,24	240,00
1000	Tarjetas de Presentación	0,05	50,00
500	Cupones de Descuento	0,12	60,00
2	Rótulos de 10 * 1	100,00	200,00
	<b>TOTAL</b>		<b>550,00</b>



**ANEXO 10**  
**SUELDOS ANUALES**

<b>PRIMER AÑO</b>											
<b>MENSUAL</b>						<b>ANUAL</b>					
<b>NOMBRE</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>IEES 12,15%</b>	<b>DÉCIMO TERCERO</b>	<b>DÉCIMO CUARTO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>IEES 12,15%</b>	<b>DÉCIMO TERCERO</b>	<b>DÉCIMO CUARTO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>TOTAL</b>
Propietaria 1	120,00	14,58	10,00	10,00	5,00	1.440,00	174,96	120,00	120,00	60,00	1.914,96
Propietaria 2	120,00	14,58	10,00	10,00	5,00	1.440,00	174,96	120,00	120,00	60,00	1.914,96
Propietaria 3	120,00	14,58	10,00	10,00	5,00	1.440,00	174,96	120,00	120,00	60,00	1.914,96
Propietaria 4	120,00	14,58	10,00	10,00	5,00	1.440,00	174,96	120,00	120,00	60,00	1.914,96
Propietaria 5	120,00	14,58	10,00	10,00	5,00	1.440,00	174,96	120,00	120,00	60,00	1.914,96
Propietaria 6	120,00	14,58	10,00	10,00	5,00	1.440,00	174,96	120,00	120,00	60,00	1.914,96
<b>TOTAL</b>	<b>720,00</b>	<b>87,48</b>	<b>60,00</b>	<b>60,00</b>	<b>30,00</b>	<b>8.640,00</b>	<b>1.049,76</b>	<b>720</b>	<b>720</b>	<b>360,00</b>	<b>11.489,76</b>
<b>BENEFICIO SOCIAL MENSUAL</b>					<b>150,00</b>	<b>BENEFICIO SOCIAL ANUAL</b>				<b>1.800,00</b>	

SEGUNDO AÑO													
MENSUAL							ANUAL						
NOMBRE	SUELDO MENSUAL	IEES 12,15%	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	SUELDO ANUAL	IEES 12,15%	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
Propietaria 1	125,45	15,241689	10,45	10,45	10,45	5,23	1.505,35	182,90	125,446	125,446	125,45	62,72	2.127,31
Propietaria 2	125,45	15,241689	10,45	10,45	10,45	5,23	1.505,35	182,90	125,446	125,446	125,45	62,72	2.127,31
Propietaria 3	125,45	15,241689	10,45	10,45	10,45	5,23	1.505,35	182,90	125,446	125,446	125,45	62,72	2.127,31
Propietaria 4	125,45	15,241689	10,45	10,45	10,45	5,23	1.505,35	182,90	125,446	125,446	125,45	62,72	2.127,31
Propietaria 5	125,45	15,24	10,45	10,45	10,45	5,23	1.505,35	182,90	125,45	125,45	125,45	62,72	2.127,31
Propietaria 6	125,45	15,241689	10,45	10,45	10,45	5,23	1.505,35	182,90	125,446	125,446	125,45	62,72	2.127,31
<b>TOTAL</b>	<b>752,68</b>	<b>91,450134</b>	<b>62,72</b>	<b>62,72</b>	<b>62,72</b>	<b>31,36</b>	<b>9.032,11</b>	<b>1.097,40</b>	<b>752,676</b>	<b>752,676</b>	<b>752,68</b>	<b>376,34</b>	<b>12.763,88</b>
<b>BENEFICIO SOCIAL MENSUAL</b>							<b>BENEFICIO SOCIAL ANUAL</b>						

TERCER AÑO													
MENSUAL							ANUAL						
NOMBRE	SUELDO MENSUAL	IEES 12,15%	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	SUELDO ANUAL	IEES 12,15%	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
Propietaria 1	130,89	15,90	10,91	10,91	10,91	5,45	1.570,68	190,84	130,89	130,89	130,89	65,45	2.219,64
Propietaria 2	130,89	15,90	10,91	10,91	10,91	5,45	1.570,68	190,84	130,89	130,89	130,89	65,45	2.219,64
Propietaria 3	130,89	15,90	10,91	10,91	10,91	5,45	1.570,68	190,84	130,89	130,89	130,89	65,45	2.219,64
Propietaria 4	130,89	15,90	10,91	10,91	10,91	5,45	1.570,68	190,84	130,89	130,89	130,89	65,45	2.219,64
Propietaria 5	130,89	15,90	10,91	10,91	10,91	5,45	1.570,68	190,84	130,89	130,89	130,89	65,45	2.219,64
Propietaria 6	130,89	15,90	10,91	10,91	10,91	5,45	1.570,68	190,84	130,89	130,89	130,89	65,45	2.219,64
<b>TOTAL</b>	<b>785,34</b>	<b>95,42</b>	<b>65,45</b>	<b>65,45</b>	<b>65,45</b>	<b>32,72</b>	<b>9.424,11</b>	<b>1.145,03</b>	<b>785,34</b>	<b>785,34</b>	<b>785,34</b>	<b>392,67</b>	<b>13.317,83</b>
<b>BENEFICIO SOCIAL MENSUAL</b>							<b>BENEFICIO SOCIAL ANUAL</b>						

CUARTO AÑO													
MENSUAL							ANUAL						
NOMBRE	SUELDO MENSUAL	IEES 12,15%	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	SUELDO ANUAL	IEES 12,15%	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
Propietaria 1	136,33	16,56	11,36	11,36	11,36	5,68	1.636,00	198,77	136,33	136,33	136,33	68,17	2.311,94
Propietaria 2	136,33	16,56	11,36	11,36	11,36	5,68	1.636,00	198,77	136,33	136,33	136,33	68,17	2.311,94
Propietaria 3	136,33	16,56	11,36	11,36	11,36	5,68	1.636,00	198,77	136,33	136,33	136,33	68,17	2.311,94
Propietaria 4	136,33	16,56	11,36	11,36	11,36	5,68	1.636,00	198,77	136,33	136,33	136,33	68,17	2.311,94
Propietaria 5	136,33	16,56	11,36	11,36	11,36	5,68	1.636,00	198,77	136,33	136,33	136,33	68,17	2.311,94
Propietaria 6	136,33	16,56	11,36	11,36	11,36	5,68	1.636,00	198,77	136,33	136,33	136,33	68,17	2.311,94
<b>TOTAL</b>	<b>818,00</b>	<b>99,39</b>	<b>68,17</b>	<b>68,17</b>	<b>68,17</b>	<b>34,08</b>	<b>9.815,99</b>	<b>1.192,64</b>	<b>818,00</b>	<b>818,00</b>	<b>818,00</b>	<b>409,00</b>	<b>13.871,63</b>
<b>BENEFICIO SOCIAL MENSUAL</b>							<b>BENEFICIO SOCIAL ANUAL</b>						

QUINTO AÑO													
MENSUAL							ANUAL						
NOMBRE	SUELDO MENSUAL	IEES 12,15%	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	SUELDO ANUAL	IEES 12,15%	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
Propietaria 1	141,78	17,23	11,81	11,81	11,81	5,91	1.701,33	206,71	141,78	141,78	141,78	70,89	2.404,26
Propietaria 2	141,78	17,23	11,81	11,81	11,81	5,91	1.701,33	206,71	141,78	141,78	141,78	70,89	2.404,26
Propietaria 3	141,78	17,23	11,81	11,81	11,81	5,91	1.701,33	206,71	141,78	141,78	141,78	70,89	2.404,26
Propietaria 4	141,78	17,23	11,81	11,81	11,81	5,91	1.701,33	206,71	141,78	141,78	141,78	70,89	2.404,26
Propietaria 5	141,78	17,23	11,81	11,81	11,81	5,91	1.701,33	206,71	141,78	141,78	141,78	70,89	2.404,26
Propietaria 6	141,78	17,23	11,81	11,81	11,81	5,91	1.701,33	206,71	141,78	141,78	141,78	70,89	2.404,26
<b>TOTAL</b>	<b>850,66</b>	<b>103,35576</b>	<b>70,89</b>	<b>70,89</b>	<b>70,89</b>	<b>35,44</b>	<b>10.207,98</b>	<b>1.240,27</b>	<b>850,66</b>	<b>850,66</b>	<b>850,66</b>	<b>425,33</b>	<b>14.425,57</b>
<b>BENEFICIO SOCIAL MENSUAL</b>							<b>BENEFICIO SOCIAL ANUAL</b>						

