ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS

Estudio de Pre-Inversión, a nivel perfil, para comercializar rosas impresas en la Ciudad de Guatemala

INGRID ELIZABETH CÀCERES MONTERO

Guatemala, Agosto, 2009

Guatemala, 26 de Agosto de 2,009

Ing. MBA Eduardo Prado
Director Académico
Atlantic International University,
Presente.

Estimado señor Director:

Atentamente me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que la estudiante **Ingrid Elizabeth Cáceres Montero** , carné No. **GB256BBA5966** cursante de la carrera de Bachelor of Business Administration –BBA- que imparte esta Universidad, presentó al suscrito su informe final de tesis de proyecto denominado **"Estudio de Pre-Inversión a nivel perfil para comercializar rosas impresas en la ciudad de Guatemala¨.**

En mi calidad de Catedrático Asesor de la estudiante antes indicada, me permito informarle que el proyecto fue revisado, asesorado y supervisado periódicamente por el suscrito, observando la pertinencia de fondo con que se trató el tema conforme los requerimientos establecidos en el Instructivo para Elaboración y Presentación de Tesis de Proyecto Empresarial de Graduación vigente.

Por lo antes indicado y en opinión del suscrito, el proyecto de la estudiante Ingrid Elizabeth Cáceres Montero puede ser aceptado para su examen pre-privado de tesis.

Atentamente,

(f)_____
Lic. Juan Carlos González M.
Catedrático-Asesor

Guatemala, 12 de Octubre de 2,009

Ing. Jorge Eduardo Prado
Director Académico
Atlantic International University (sede Guatemala)
3ª. Avenida 8-37, Zona 9,
Ciudad.

Estimado señor Director:

Atentamente me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que la estudiante Ingrid Elizabeth Cáceres Montero, cursante de la carrera de Bachelor of Business Administration –BBA-, presentó para revisión de redacción y estilo, su proyecto empresarial de graduación titulado**"Estudio de Pre-Inversión a nivel perfil para comercializar rosas impresas en la ciudad de Guatemala¨.**

En mi calidad de revisora designada, me permito informarle que la estudiante antes citada, ha cumplido con incorporar los cambios anotados en su proyecto empresarial por lo que puede ser sometida para su evaluación correspondiente, conforme los requerimientos establecidos por la Universidad.

Con este motivo, aprovecho la oportunidad para suscribirme de usted, deferentemente,

(f)_____
Licda. Jeannette García
Revisora de Redacción y Estilo

Guatemala, 14 de octubre de 2009

Señora

Ingrid Elizabeth Cáceres Montero

Presente.

Estimada Estudiante:

Tengo el agrado de informarle que, con base en el Acta de su examen privado de tesis de proyecto empresarial No. 206 de fecha 24 de septiembre de 2009, en la cual se establece que el Tribunal Examinador aprobó su investigación, esta Dirección Académica AUTORIZA para que proceda a imprimir en forma final, su proyecto de graduación denominado **"Estudio de Pre-Inversiòn a nivel perfil para comercializar rosas impresas en la ciudad de Guatemala".**

Por lo anterior, le agradeceré entregar al Departamento de Proyectos de Graduación de la Universidad, 5 ejemplares de su proyecto antes de la fecha fijada para su acto de graduación e investidura profesional.

Con este motivo, aprovecho la oportunidad para felicitarla y desearle muchos éxitos en su vida profesional.

Atentamente,

(F)_____

Ing. MBA Jorge Eduardo Prado

Director Académico

ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS

"Estudio de pre-inversiòn, a nivel perfil, para comercializar rosas impresas en la Ciudad de Guatemala¨

TESIS

Presented to the Academic Department of the School of Business and Economics in partial fulfillment of the requirements for the degree of BACHELOR OF BUSINESS ADMINISTRATION

Lic. Juan Carlos González M.
Catedrático-Asesor

Ingrid Elizabeth Cacéres Montero
Autora

ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ
EL EXAMEN PRIVADO DE TESIS DE PROYECTO

Presidente: **Ing. Carlos Francisco Ávila**

Secretario: **Ing. Julio Roberto Almengor**

Guatemala, 24 de Septiembre de 2009.

AGRADECIMIENTOS

A Jehová Dios y a Jesucristo:	Por haberme dado la sabiduría que necesitaba y la oportunidad de vida para terminar una meta más en mi vida.
A mi Madre:	Por ser mi ejemplo y por darme su apoyo, en todo momento de mi vida, incondicionalmente.
A mi Esposo:	Por estar siempre conmigo en las buenas y en las malas, por su comprensión, apoyo y ayuda para que pudiera finalizar una meta màs en mi vida.
A mi Hija:	Por ser la inspiración para todo lo que hago en mi vida.
A mi Hermano:	Por su apoyo, y estar siempre cuando lo necesito.
A mis Tíos:	Manuel, Estela y María del Carmen. Porque indirectamente me han ayudado a que pueda finalizar esta etapa de mi vida.
A mis Primos:	Sergio, Kelly y Nova por estar siempre cuando los necesito.
A la universidad:	Por su alto nivel de enseñanza académica y por haberme aceptado como parte de sus alumnos.
Al Asesor:	Lic. Juan Carlos González, por su paciencia, orientación y enseñanza, ya que sin su ayuda, no hubiera sido posible la elaboración de este proyecto.

ABSTRACT

Este proyecto se realizò aprovechando la tecnología creativa que existe, para poder crear un producto innovador y diferente y poder transformar la rosa en un producto que habla por sì solo. El consumidor que adquiera el producto no necesitarà palabras para expresar sus ideas o sentimientos, el producto hablarà por los clientes. Rosas que hablan (*Speaking Roses*) es el eslogan de este proyecto.

Se realizò toda la investigación con el objetivo general del **"Estudio de Pre-Inversiòn, a nivel perfil, para comercializar rosas impresas en la Ciudad de Guatemala¨.**

Con el fin de determinar la aceptación, se realizaron entrevistas en las floristerías, que son los que conocen las preferencias de las personas que adquieren flores; y además por ser el mercado meta de este proyecto. Se realizaron 30 entrevistas por ser el proyecto a nivel perfil, y el resultado fue muy aceptable, el mercado busca y necesita algo màs que solo un arreglo tradicional, algo diferente, y por supuesto a precios que puedan adquirirlo.

La observación del investigador sobre la oportunidad de poder hacer algo diferente con las rosas y aprovechar que las productoras de país venden localmente precio bajo, hace para este proyecto la materia prima de bajo costo.

La localización de la planta transformadora será en la zona 10 de Ciudad de Guatemala , muy cerca de la mayoría de las floristerías para una logística rápida.
El nombre de la comercializadora será *D´Flowers;* y será una empresa individual por lo bajos costos que el constituirla conlleva.

El proyecto no necesita mucha inversión (Q249, 675.00 - $30,009.01 aprox.) por lo que no necesitarà ningún financiamiento bancario o crediticio. En el estudio financiero y en el estado de resultados se puede observar còmo la inversión es cubierta desde el primer año de operación. Para el càlculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) Y para el càlculo del Valor Actual Neto (VAN) se estableció una Tasa de Retorno Esperada Mínima (TREMA) igual al 43% donde se obtiene un TIR de 417%, el valor VAN, ya descontando la inversión es de Q2,148,855.89.

Toda la evaluación financiera y económica fue favorable para el proyecto.

Conclusión: De acuerdo a todo el estudio, se puede decir que el proyecto es viable y favorable, sin embargo, este proyecto, por estar presentado a nivel de perfil, todavía no constituye un estudio completo para la toma de decisiones finales de inversión.

ÌNDICE

ABSTRACT

CAPÌTULO I. INFORMACIÒN DEL PROYECTO

1.1 Introducción 1-2
1.2 Antecedentes 3-4
1.3 Problema 5
Árbol de problemas 6
Árbol de objetivos 7
1.4 Objetivos 8
1.5 Justificación del proyecto 9
1.6 Descripción del proyecto 10

CAPÌTULO II. ASPECTOS DEL MERCADO

2.1 Definición del producto y descripción del producto 11-13
2.2 Comportamiento de la demanda y del consumidor 14
Situación actual de la demanda 15
Situación futura de la demanda 16
Tendencia de la demanda 16
Estimación de la demanda que atenderá el proyecto 17
2.3 Resultado de la Encuesta 18-19
Resultados obtenidos 20-25
2.4 Comportamiento de la oferta 25
Análisis de regulaciones de mercado, situación futura de
La oferta. 26
2.5 Comportamiento de los precios 27
Estimación futura de precios, Margen de comercialización 28
2.6 Análisis de la comercialización 28
Formas de comercialización, Capacidad de competencia 29

CAPÌTULO III. ASPECTOS TÈCNICOS

3.1 Ubicación y capacidad del proyecto 30
3.2 Localización del Proyecto
Macro-localización 31
Micro-localización 32
3.3 Distancia y costo de transporte 33
3.4 Descripción del proceso de producción 33-34
3.5 Flujo-Grama 35
3.6 Descripción de las instalaciones, equipo y personal 36
3.7 Descripción del personal requerido 37
3.8 Instalaciones de oficina y planta de proceso 37-38
3.9 Inventario y especificaciones de las obras 39
3.10 Costos unitarios de los elementos de la obra 39
3.11 Costos totales de las obras 39
3.12 Negociación del proyecto para definir su fuente de Financiamiento 39

CAPÌTULO IV. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1 Estructura administrativa de la empresa 40
Organigrama 41
4.2 Descripción de perfil de puestos y funciones 42-45
4.3 Marco legal y tributario 46-50

CAPÌTULO V. ASPECTOS AMBIENTALES 51

CAPÌTULO VI. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Costo total de la inversión 52
6.2 Criterios para depreciación 53
6.3 Egresos (costos fijos y variables) 54
6.4 Costos unitarios y proyección de ventas anual 55
6.5 Proyección de anual y ventas a 5 años 56
6.7 Calendario de las inversiones 57
6.8 Flujo de caja y estados de resultados a 5 años 58
6.9 Estado de resultados a 5 años 59
6.10 Balance General 60
6.11 Evaluación financiera 61
6.13 Punto de Equilibrio 62

CONCLUSIONES 63
RECOMENDACIONES 64
BIBLIOGRAFÌA
GLOSARIO
ANEXOS

CAPÌTULO I.

INFORMACIÒN DEL PROYECTO

1.1 Introducción

Guatemala se caracteriza por ser un país agrícola, en el cual se cultiva gran variedad de hortalizas, frutales y también flores. El Departamento de Chimaltenango, y el Municipio de San Juan Sacatepequez son conocidos por ser los mayores productores de flores en el país. El proyectista tiene más de 13 años de experiencia en el ramo de las flores, lo que ayudò a poder realizar este proyecto. Se determinò en el capìtulo uno la creación de un nuevo producto; aprovechar que en Guatemala se cultiva la materia prima; que es la rosa, y transformarla en Rosa impresa. Se desarrollò el problema, determinado que no hay en el mercado otras opciones diferentes para ofrecer al consumidor. Se desarrollò el árbol de problemas, así como también el árbol de objetivos, con el que se determinò el objetivo general que es Evaluación a nivel Perfil, de la factibilidad de comercializar rosas impresas en la Ciudad de Guatemala.

En el capìtulo dos, se desarrolló el estudio de mercado. Se analizaron cinco puntos principales, el producto en el mercado, el área a cubrir en el mercado, el comportamiento de la demanda. Se realizaron entrevistas y se presenta los resultados de las mismas. El comportamiento de la oferta así como los precios y el análisis de comercialización donde se determinaron los canales de distribución.

El capìtulo tres, da información del estudio técnico, el lector encontrará el tamaño del proyecto, la ubicación y localización de los mismos, los procesos de producción, los flujo-gramas, la planta de producción, la fuente del financiamiento y la calendarizaciòn de actividades propuesto para el inicio de la producción y comercialización.

El capìtulo cuatro, se refiere a todo lo administrativo legal, el personal, los perfiles y el organigrama que se requieren para llevar a cabo el proyecto, así también los aspectos legales, se especifica la empresa como individual, inscrita con el régimen del ISR mensual del 5% y el IVA del 12%.

El capìtulo cinco, no presenta ninguna información, debido a que el proyecto no presenta ningún riesgo para el medio ambiente.

El último capìtulo es el estudio financiero. Se establecieron los parámetros para las evaluaciones respectivas, se fijó un precio por docena de Q125.00 sin IVA. A través del análisis de costos fijos y variables se estableció la inversión requerida, así como los costos totales del proyecto, y los costos unitarios por docena. Se realizó proyecto de ventas anuales y a cinco años, así como flujos de caja, estados de resultados, y balance general. El lector encontrará también el punto de equilibrio y se determinó para el efecto en 5,461 docenas anualmente. La evaluación financiera fue positiva, donde se obtuvo un TIR de 417% al 43% esperado, y en el Van un un resultado positivo ya que fue mayor a Cero. Los cuales validaron la rentabilidad del proyecto al cumplir las expectativas previstas.

Por último se presentan las conclusiones correspondientes a los objetivos que se determinaron; y se dan las recomendaciones pertinentes para evaluar a nivel de perfil la factibilidad de comercializar rosas impresas en la Ciudad de Guatemala.

1.2 Antecedentes

La rosa es la flor más conocida a nivel internacional. Esta flor ha inspirado al hombre por siglos. Los poetas la han usado en sus obras, así como los pintores. La rosa se ha usado como herramienta para expresar sentimientos como amor, amistad, perdón, ha consolidado amistades, ha reparado relaciones maltrechas o simplemente le ha levantado los ánimos a enfermos etc.

Y aunque existen un sin fin de variedades y colores, la rosa favorita es la roja, también en muchos países se acostumbra regalar rosas, según su color, pues tiene sus diferentes significados, por ejemplo. Rojo (amor, pasión) amarilla (amistad) en el algunos países europeos el amarillo significa (odio) el blanco (pureza).

En su gran mayoría, las personas compran la rosa en una floristería, supermercados, kioscos o ventas callejeras.

Guatemala, es el más grande productor de rosas a nivel de Centroamérica, y aunque se compite a nivel internacional, los más fuertes en ese producto son Ecuador y Colombia, que exporta millones de millones de tallos al año, a todas partes del mundo.

En Guatemala, el departamento donde las cultivan es en Chimaltenango, por ser un lugar adecuado por el clima, es allí donde se concentra la mayor producción.

La rosa es producida bajo invernadero cubierto con plástico polietileno, ya que el propósito del invernadero es proteger las plantas de los rigores de clima, como una fuerte lluvia, el viento o la exposición directa de la luz solar. Otro es mantener una temperatura constante, para la cual es preciso que entre con facilidad el aire fresco y salga el aire caliente.

En el interior del invernadero encontramos varias filas con plantas en diferentes etapas de desarrollo. La rosa té hibrida es la más popular, que puede alcanzar tamaños de hasta 80cms de largo el tallo, existe otra que se llama *sweetheart* pero es más pequeña y solo alcanza hasta 35cms.

Aunque los cuidados son sumamente controlados, no se puede impedir que algunas veces sen vean atacadas por diversas enfermedades como los hongos, moho gris, o los insectos.

La planta sigue su crecimiento, al ver el color del botón, se hace el corte respectivo, según el punto de corte que se requiera. Con sumo cuidado se corta a un punto donde la flor no está abierta, que ayuda a que dure en el florero y tenga la capacidad de retener el color. Enseguida pasa al cuarto de recepción y clasificación por tamaño y color. Se empaca, según las especificaciones del cliente; y están listas para despachar.

La cultura guatemalteca no es el consumir flores para enviar regularmente, o para decoración de casa u oficina, por los costos de la vida, sin embargo hay una fuerte demanda para eventos, funerales y fiestas especiales como Valentín, día de la madre, día de los muertos.

Este proyecto busca innovar nuevas formas de la comercialización de rosas, que ofrezca al consumidor el mismo producto, pero en diferente presentación y empaque, como una alternativa para que el consumidor se sienta diferenciado.

La rosa se ofrecerá con impresión. La impresión será con diferentes textos, fotos, logos, lo que el cliente requiera y con la asesorìa de la empresa, el cliente podrá hacer que las rosas digan lo que quiera expresar. Se iniciará en la Ciudad de Guatemala, ofreciendo alternativas, personales, corporativo o eventos.

Se estará creando una nueva modalidad para la comercialización de rosas, y se tratará de establecer y posicionar una marca y una manera diferente de comprar las flores.

A la vez se estará ayudando a los pequeños y grandes productos de rosas en Guatemala, consumiéndola localmente.

Constantemente los gustos de los consumidores se constituyen más exigentes, requiriendo productos de buena calidad y de precios accesibles, esta situación obliga a ofrecerle al consumidor producto 100% guatemalteco, de buena calidad, con un toque personalizado y una manera diferente expresar sus sentimientos así como otra forma de comprar rosas. Toda esta información es basada en la experiencia del proyectista, que cuenta con 13 años de experiencia en el ramo de las flores en Guatemala.

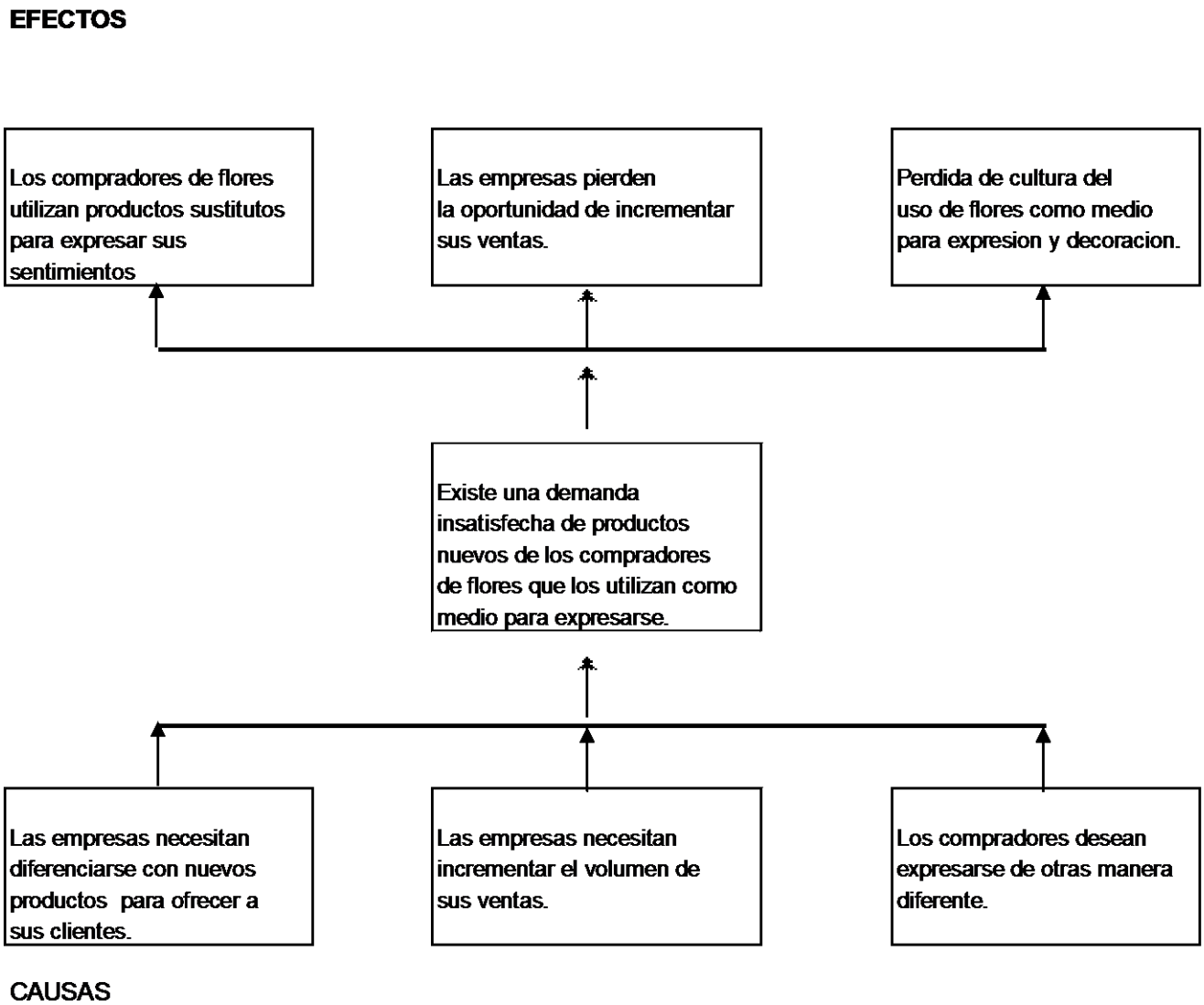
1.3 Problema

Existe una demanda insatisfecha de productos nuevos para las personas que compran flores, que las utilizan como medio de expresar sus sentimientos. Se cuenta con muy pocas opciones para diferenciarse y poder expresar el sentimiento, se cuenta con un sinfín de floristerías, pero todas con las mismas ideas. Por lo que provoca que el consumidor se exprese de otra manera; o con productos sustitutos.

Por tal motivo, surge la idea de un producto innovador con valor agregado para poder comercializar flores frescas impresas, con texto, nombre, logos, fotos etc.

Figura 1

Árbol de problemas

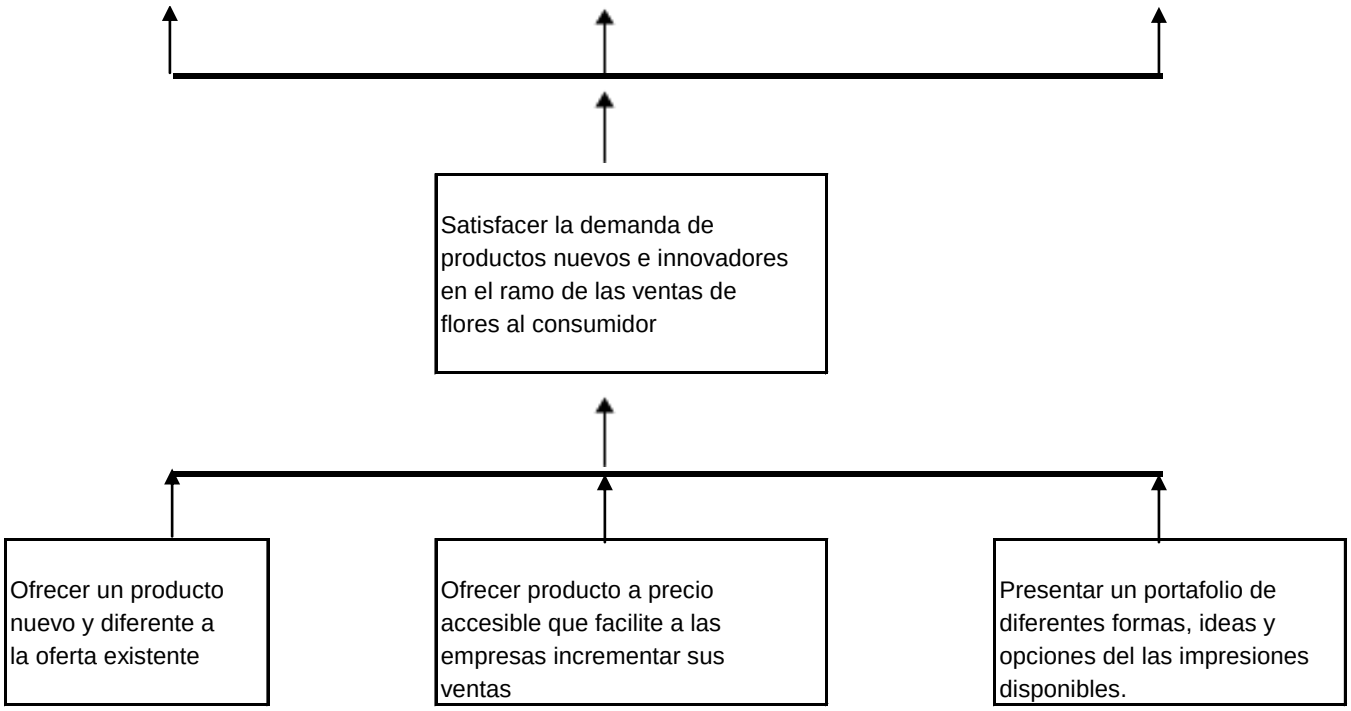


Las empresas (floristerías) necesitan diferenciarse, al ofrecer a sus clientes productos nuevos e innovadores, e incrementar su volumen de ventas. Sus clientes desean expresarse de una manera diferente, por lo que optan utilizar productos sustitutos como chocolates, ropa, peluches, globos etc. Y eso provoca que las floristerías pierdan oportunidad de más venta y se pierda el hábito o costumbre de regalar rosas para fechas especiales o bien para la decoración del hogar. Expresar los sentimientos o lo que quieren decir no es tan fácil, por lo que necesitan ayuda u otra manera de decirlos, la rosa impresa no solo son fotos, sino también palabras,

perfecto para ayudar a los consumidores a expresar sus sentimientos, disculpas, amor, de otra manera.

Figura no.2

Árbol de objetivos



MEDIOS

El objetivo principal, es evaluar la factibilidad de comercializar rosas frescas impresas, como producto nuevo e innovador a la oferta existente, a precios accesible para las empresas (floristerías) con una gama de ideas y opciones para que los puedan ofrecer a sus clientes. Incrementar sus ventas con el producto diferenciado y obtener mejores márgenes de ganancia, con clientes satisfechos por tener opción a productos nuevos.

1.4 Objetivos

Objetivo general

Estimar a nivel perfil, si el proyecto denominado ¨ Comercialización de rosas frescas impresas en la Ciudad de Guatemala, elaborado para un período de cinco años, es técnicamente viable y financieramente rentable.

Objetivos específicos

Determinar la demanda y oferta actual en el mercado de las rosas impresas, y establecer la estrategia de participación en dicho mercado, según la oferta, el precio y los canales de comercialización.

Establecer el tamaño, la localización y la capacidad técnica del proyecto, para satisfacer la demanda del producto, al incluir la descripción y organización del proceso de producción y operación del proyecto.

Identificar la estructura y el marco legal del proyecto, su estructura administrativa y la descripción y perfil de los puestos de trabajo, que serán utilizados para la operación.

Proponer los procedimientos para el manejo de los desechos sólidos y residuos que generará el proyecto, identificando sus impactos y las medidas de mitigaciòn dentro del plan ambiental del proyecto.

Evaluar la conveniencia de continuar o no profundizando los estudios técnicos del proyecto, para confirmar si es o no, técnicamente viable y financieramente rentable.

1.5 Justificación del proyecto

La idea surgió en una feria internacional de rosas en Atlanta, llamada W&SA Floral, donde una empresa en Estados Unidos ofrece franquicias para todas partes del mundo, con un sistema para imprimir en el primer pétalo en la rosa. Con este sistema se puede imprimir fotos, texto, logo, dedicatorias etc. La empresa ofrecía todo el material para el mercadeo, entrenamiento, todo bajo su nombre, que es una empresa con nombre de marca registrada. Tenían dos opciones, una principiante, con una inversión de $10,000.00, por la que se tiene que pagar una regalía anual por rosas vendidas, y el avanzado, con una inversión de $20,000.00, con una cantidad más alta de rosas vendidas permitidas, sin pagar regalías. Al empezar a investigar sobre el tema se contactó una empresa en México, donde ofrecían rosas impresas y que no era con el sistema de la empresa de Estados Unidos, si no que con impresoras especiales; para imprimir sobre el pétalo de la rosa y con una inversión accesible. Se contactó la empresa que vende la impresora y se les dijo el interés de traerlas a Guatemala, comentaron que era la primera persona en Centroamérica que los habían contactado. Desde entonces el proyectista se interesó mucho en poder llevar a cabo el proyecto de imprimir rosas frescas; y con la experiencia de 13 años que tiene en el campo de las rosas, donde se ha dado cuenta que existe una necesidad de poder ofrecer algo diferente en productos florales en Guatemala.

Al tener la ventaja que Guatemala es un país exportador de rosas, pero los productores que algunas veces por la alta oferta; y precios bajos de otros países en el mercado internacional, no le es posible exportar su producción total, lo venden localmente a precios bajo. Esta es otra ventaja para el proyecto porque se puede encontrar la materia prima a precio bajo y así evitar importaciones, y costos de transporte. El consumidor está acostumbrado a comprar arreglos tradicionales de rosa normal, se vio la oportunidad de ofrecer algo diferente e innovador, una rosa impresa que se puede imprimir desde fotos, textos, logos o cualquier cosa que el cliente tenga en mente o desee. Con este proyecto no solo se estaría beneficiando el proyectista, sino también los productores de rosas, ya que podrían vender sus excedentes localmente nuestros futuros clientes, las floristerías, que es el mercado meta de este proyecto, pues ofrecerían a sus cliente un producto innovador y diferente.

1.6 Descripción del proyecto

El proyecto consiste en comercializar rosas frescas impresas, esto se lleva a cabo con una impresora especial para rosas, donde se coloca la rosa y en el primer pétalo se le puede imprimir todo tipo de fotos, textos, logos, dedicatorias etc. Se importarán de la China. Las impresoras especiales para la impresión, por medio del transporte de TNT, se tardarán tres semanas para que arriben a la aduana de Guatemala (Combex). La materia prima se comprará directamente a una finca productora de rosas ubicada en Chimaltenango, el proveedor entregará directamente el producto a las bodegas de producción. Las oficinas donde se montara el proyecto cuenta con un cuarto frío pequeño, y con varios ambientes necesarios, las áreas de recepción, ventas y exhibición. Está ubicado en la zona 10 de la Ciudad de Guatemala, punto estratégico para poder cubrir las entregas en zonas 10, 9, 13, 14, y carretera a el Salvador. Las oficinas solo necesitan un retoque de pintura en toda el área interior, se utilizará pintura color blanco americano antiguo.

Los clientes serán las floristerías ubicadas en la zona 9,10,13,14 y Carretera a El Salvador, para que puedan ofrecer a sus clientes varias opciones en los arreglos florales que ellos ofrecen, para las decoraciones en los eventos especiales como bodas, quinceaños, bautizos, etc., o en arreglos empresariales, logos, etc.

Las entregas se realizarán a domicilio, con un mínimo de compra de cinco docenas por pedido, de lo contrario habría un recargo no establecido todavía, ya que depende del área de entrega y los kilómetros a recorrer, o también se les ofrece la opción que las recojan en el área de venta. Las entregas son personalizadas, por lo que los vendedores son los que las entregan, en una presentación de caja de cartón con una ventanilla, para poder ver el producto final; y así no estar manipulando la rosa y evitar que se lastime. No se necesitará para este proyecto ningún tipo de financiamiento bancario o crediticio ya que se utilizará capital propio y así evitar endeudamiento o altos intereses. Será constituida en el registro mercantil como una empresa individual, e inscrita en La Superintendencia de Administración Tributaria bajo el régimen mensual del 5% del impuesto sobre la renta (ISR), y el 12% mensual del Impuesto al valor Agregado (IVA).

Capitulo II

Aspectos del mercado

2.1 El producto o servicios en el mercado

a) Definición del producto

Rosas frescas naturales de varios colores, en tamaños de 40cms, 50cms impresas en el primer pétalo de la rosa levemente abierta, con diferente texto, fotos, logos, dibujos, para regalar al ser querido, a un cliente o para decoración.

b) Descripción del producto

Rosa fresca, es un producto altamente perecedero, se tiene que mantener a temperatura de 4C. para mantenerlas frescas, eso hace que el botón se mantenga cerrado y evita el proceso de la apertura de la rosa.

La rosa es impresa con una impresora importada de la China, con una un cartucho de tinta Lexmark de colores, y es colocada con mucho cuidado para imprimir el primer pétalo de la de rosa, la opciones pueden ser en varios colores: blancos, rojos, rosados, fucsia, amarillas, anaranjadas, moradas, verdes, bi-colores como blancos con rojo, amarillos con rosado, blancos con rosados, amarillos con anaranjado.

Color	**Significado**
Blanco	Pureza, paz, secreto, reverencia
Amarillas	Alegría, libertad
Rojo	Pasión, amor, respeto, adoración
Rosados	Gratitud, agradecimiento
Tonos claros	Amistad
Rojas y amarillas	Felicidad
Blanco con rojo	Amor

El tamaño de la rosa es de 40cms y 50cms, sin incluir el botón de la rosa. Van en diferentes presentaciones de textos, según la ocasión o solicitud del cliente, que encontramos a continuación:

Cumpleaños, aniversarios, felicitaciones, regalos corporativos, reconocimiento de empleados, proposiciones de matrimonio, funerales, motivación e incentivo, lanzamiento de nuevos productos, visitas a hospitales, *baby showers*, organizaciones no gubernamentales, paquetes románticos en hoteles, graduaciones, promociones, bodas, bailes, fiestas de graduación, omentos románticos, decoraciones, inauguraciones, servicios religiosos, invitaciones, premios, promociones comerciales, regalos de "mejórate pronto", VIPs en restaurantes, arreglos florales de bienvenida a casa, despedida en aeropuertos, eventos estéticos y elegantes, día de los enamorados, día de madre, Navidad.

Figura 3

Descripción del producto

Producto terminado y empacado

2.2 Comportamiento de la demanda

a) Población consumidora

El consumidor final del producto es aquel que desea expresar sus sentimientos, agradecimientos y condolencias a otra persona, por medio de flores. Sin embargo, este proyecto estará dirigido a las floristerías que se los distribuyen.

En la Ciudad de Guatemala, existen 305 floristerías activas, según página amarillas 2009. Por lo que se tomarán como activas, esa cantidad. Aunque existen más de ellas, que no están registradas en las páginas amarillas, pero no hay una gremial o asociación que permita obtener un dato más exacto.

b) Comportamiento del consumidor:

La rosa es la flor principal entre las floristerías, según la experiencia que se posee, todos los arreglos florales, desde tradicionales hasta exóticos llevan rosas.

Los compradores se basan más por el color que por la variedad. El color rojo es el color principal para san Valentín, los colores rosados y fucsia para el día de madres, pero no deja de predominar la preferencia por el color rojo. La mayoría de los consumidores de flores, únicamente lo hacen para fechas especiales, como cumpleaños, Valentín, día de la madre. No hay una costumbre o preferencia en comprar flores para la decoración de casas u oficinas. Aunque se ha aumentado el consumo de 40cms, que es el tamaño perfecto para los arreglos, pero el pequeño en su categoría de tamaños, la frescura (duración) es importante, tanto lo que respecta a las rosas de tallo largo como a las de tallo corto, las rosas de tallo corto pueden adquirirse en mercados nacionales, ya que allí es donde todas las fincas en Guatemala dejan su rechazo, no todas las floristerías la adquieren de ese lugar. Unas compran directamente de las fincas, pero casi el 43% las compra de intermediarios, por la ventaja que no solo rosas les ofrecen, sino una gama de flores diversas.

c) Situación actual de la demanda

Según SIECA, la exportación total de flores de Guatemala de corte y capullos ha tenido el siguiente comportamiento en los últimos años. Para el año 2,006, se había exportado US$4,000,000 de lo cual los productores usualmente dejan para el mercado local, aproximadamente el 10% de su producción. Es decir, aproximadamente producto por un valor de US$400,000. En algunas ocasiones los mercados internacionales están saturados por una alta oferta y precios bajos por otros países productores por lo que las fincas no pueden exportar el 100% de su producto, por lo que dejan el producto localmente, lo que provoca que el mercado local se sature y los lugares como: Mercados cantonales, puestos de flores en la calle y ventas en semáforos, consigan el precio más bajo y puedan crear una gran demanda por el precio, lo que afecta a las floristerías, ya que los compradores finales prefieren comprar en estos lugares, que tienen variedad para escoger y a precios bajos.

El productor más grande del país y Centroamérica, informó que en el año 2008 se vendió en Guatemala localmente 2,957,142 tallos, aproximadamente. El 27% de color rojo, que es un color muy demandado, especialmente en las fiestas principales, día del cariño, y día de la madre.

Estos datos estadísticos son de rosa normal y de productores de la misma, como la rosa con impresión es un producto nuevo, no existen datos o información estadística.

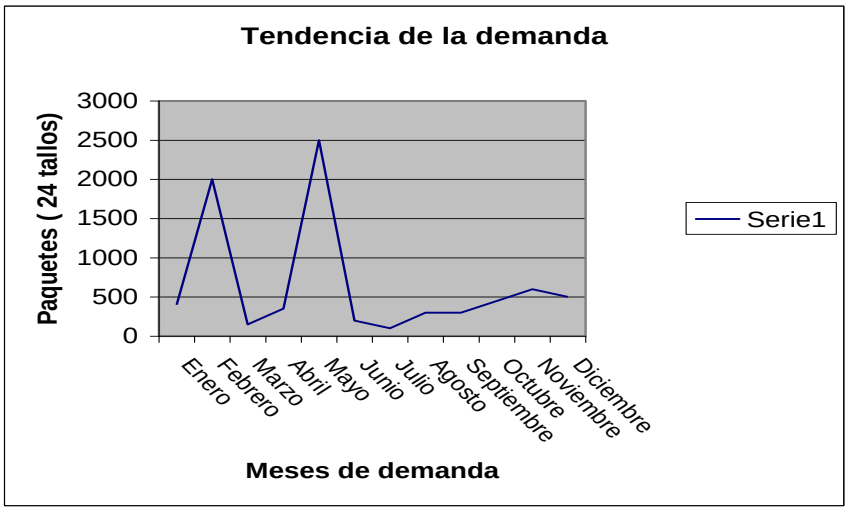
d) Situación futura de la demanda

En base a la experiencia, no se espera que la demanda de la rosa normal cambie, ya que no existe la cultura de consumir flores para decoración de casa u oficina, únicamente es para fiestas especiales, como día de los enamorados, día de la madre, bodas, quinceaños, aniversarios, etc. En los últimos años el mercado se ha mantenido en un crecimiento del 5%, el cual se cree que se mantendrá. Sin embargo, la rosa con impresión,, por ser producto nuevo se proyecta tener una demanda creciente.

e) Tendencia de la demanda

Para presentar el ciclo de ventas anuales, se uso como referencia, a la distribuidora de flores Importadora y Exportadora de Flores, que vende rosas normales en Guatemala, la cual muestra el comportamiento en el mercado. La demanda más fuerte, es en los meses de febrero y mayo, para las fiestas importantes, como el día del cariño y el día de la madre. Los meses restantes del año, mantienen una demanda normal.

Enero	400
Febrero	2000
Marzo	150
Abril	350
Mayo	2500
Junio	200
Julio	100
Agosto	300
Septiembre	300
Octubre	450
Noviembre	600
Diciembre	500
TOTAL	7850



f) Estimación de la demanda que atenderá el proyecto

Existen 305 floristerías, pero solo el 43% están interesados en el producto, según la muestra de las encuestas

Capacidad de producción.

	1 Hora	***8 horas de trabajo***	***5dias de trabajo***	***3 Impresoras Disponibles***	***Producción En Docenas***	
			por impresora			
Tallos Impresos	30	240	1200	3600	(300)	

La capacidad de producción con tres impresoras son 300 docenas de rosas impresas, que es la cantidad que el proyecto puedo producir. Según los datos estadísticos de las encuestas las floristerías consumen un total de 40 docenas por semana de rosa normal. La cantidad de floristerías que se atenderán semanalmente serian de 50 empresas, que son las que están ubicadas estratégicamente cerca de la sala de ventas y son de la zona 10, zona 9, zona 13, zona 14, en donde será el servicio a domicilio sin recargo. Sin embargo, todas aquellas otras zonas de la Ciudad de Guatemala, el servicio estará disponible en la sala de ventas.

2.3 Resultado de la encuesta realizada

a)Antecedentes

La entrevista fue enfocada al mercado definido como las floristerías. Las floristerías son empresas que se dedican a la elaboración de diferentes tipos de arreglos florales, para diferentes ocasiones, son contactados vía telefónica para hacer sus entregas a domicilio. Las personas a entrevistar son el dueño que conoce los gustos de sus clientes y la persona con el mando de compra, o la que hace los arreglos (la florista), pues ella o el, son los que deciden la compra del producto.

Las entrevistas se realizaron el día 20 y 21 de mayo de 2009, vía telefónica, por la distancia entre ellas no nos daría tiempo de visitarlos personalmente, se entrevistaron a las floristerías ubicadas en zonas 9, 10, 13 y 14, que serían las zonas que el proyecto atendería. Las encuestas se elaboraron de tal manera que el cliente se sintiera seguro de contestarlas,, y que a la vez fuera fácil de llenarlas para el encuestador. Las preguntas fueron sencillas y cortas de tal forma que la persona encuestada, no perdiera el interés en ella, o que su respuesta fuera desviada dentro del tema de interés. Una de las preguntas determinantes que se presentó en la encuesta fue la primera pregunta, la cual dice: Compra rosas actualmente. Si la persona entrevistada respondía que no, no se tomaría en cuenta como parte del mercado que se estudia, porque a la encuesta ya no se le daría seguimiento.

b) Cálculo de la muestra

Para determinar la muestra de la población, se utilizará la siguiente fórmula de población finita, usará como forma para poblaciones finitas por ser (menor de 100,000) es decir, poder inferir acerca de la población total a través de un nivel de significancia del 95%, y un margen de error del 5%.

(Fórmula)

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

n= Muestra= Tamaño de la muestra, por determinarse.

N= Universo =□ Floristerías inscritas en páginas amarillas 2009 = 305 empresas registradas

Z²□

Nivel de confianza= Nivel de seguridad de confianza que se requiere en la investigación. Para obtener un 95% de seguridad ,es de 3.8416 (fórmula ya establecida estadísticamente).

p= Probabilidad de que ocurra un evento = Se utilizará en general p=50%= 0.50

q= Probabilidad de que no ocurra= Se utilizará en general p= 50% = 0.50

e= Margen de error= para el presente caso, se trabajará con un error del 5%= 0.05

Este es el resultado, sustituyendo valores en la fórmula antes indicada:

$$n = \frac{3.8416 \times N \times 0.5 \times 0.5}{(0.05 \times (N-1)) + (0.50 \times 0.50 \times 3.8416)}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 305 \times 0.50 \times 0.50}{(0.0025 \times 304) + (0.50 \times 0.50 \times 3.8416)}$$

$$n = \frac{292.922}{0.76 + 0.9604}$$

$$n = \frac{292.92}{1.7204}$$

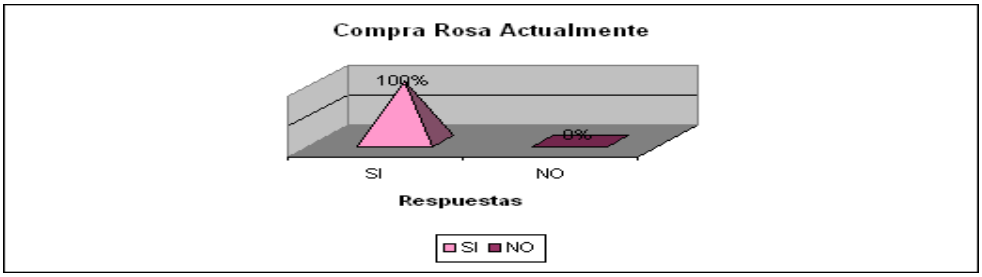
=170 encuestas

Para este proyecto se realizaron únicamente 30 encuestas, porque el proyecto se hizo a nivel de perfil.

c) Resultados obtenidos

1.- Compra usted actualmente rosas?

DATOS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%



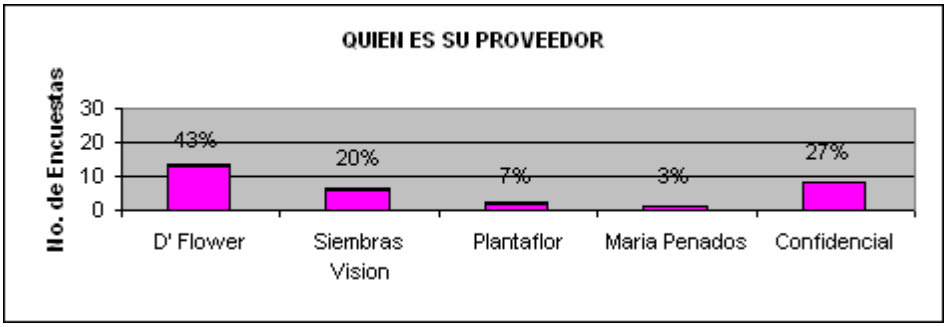
n: 30

(Grafica 1)

Todas las floristerías entrevistadas compran rosa semanalmente para la elaboración de sus arreglos.

2.- QUIÉN ES SU PROVEEDOR?

DATOS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
D' Flower	13	43%
Siembras Visión	6	20%
Plantaflor	2	7%
Maria Penados	1	3%
Confidencial	8	27%
TOTAL	30	100%

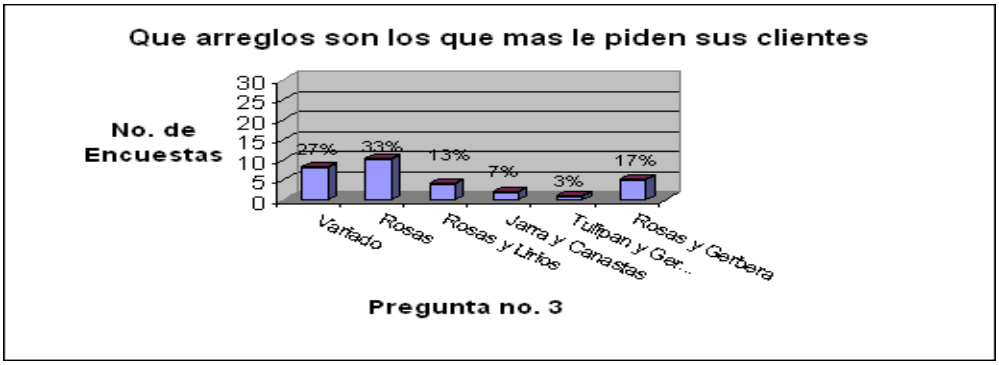


n:30 **(Grafica 2)**

Existen cuatro principales proveedores de rosas para las floristerías, el 43% lo tiene la distribuidora D´flower, el segundo Siembras Visión que es productora directamente y no distribuidor, aunque deben existir más que el 27% que las personas prefirieron no contestar.

3.- QUÉ TIPOS DE ARREGLOS LE PIDEN SUS CLIENTES?

DATOS	ENCU ESTAS	PORCENTAJE
Rosas y Gerbera	5	17%
Tulipan y Gerbera	1	3%
Jarra y Canastas	2	7%
Rosas y Lirios	4	13%
Rosas	10	33%
Variado	8	27%
TOTAL	30	100%

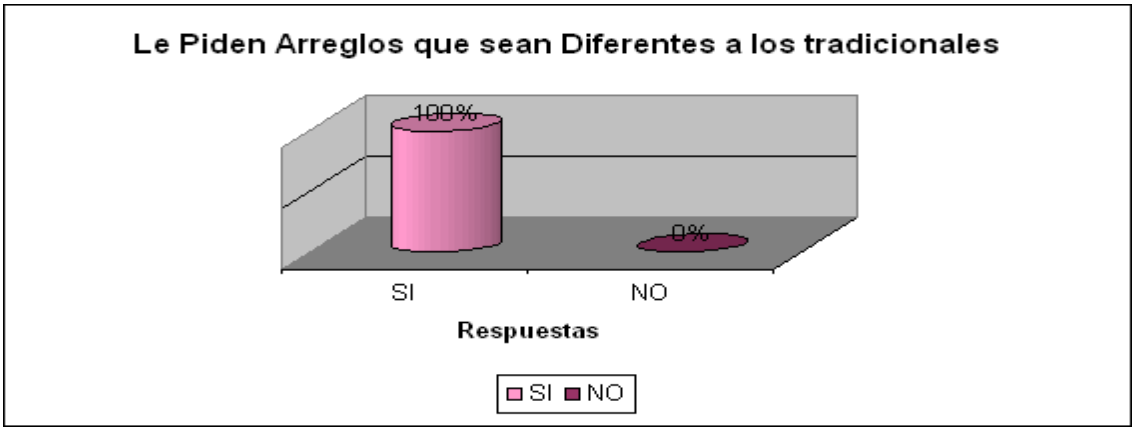


n.30 **(Grafica 3)**

Se ve en la gráfica que el 33% de los entrevistados, sus clientes le piden arreglos con rosas, que con otro tipo de flores, le sigue el variado que pueden utilizar cualquier tipo de flores para la elaboración de los arreglos.

4.-. LE PIDEN ARREGLOS QUE SEAN DIFERENTES A LOS TRADICIONALES?

DATOS	ENCU ESTAS	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%



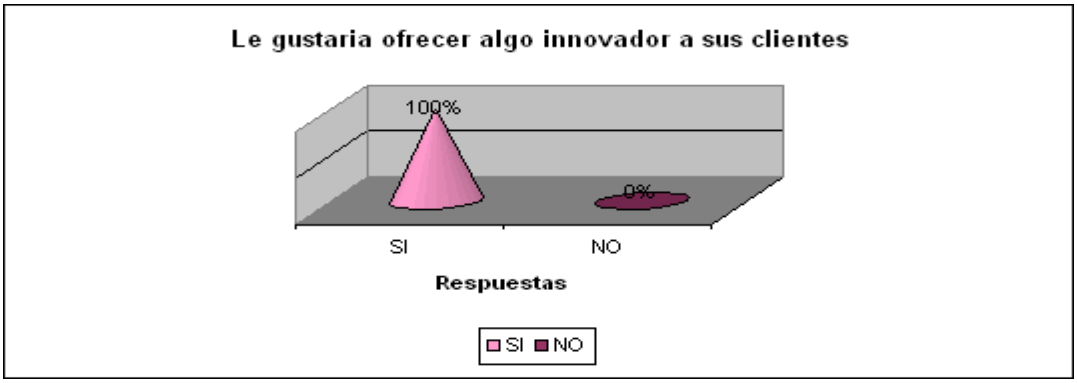
n.30

(Grafica 4)

Las floristerías contestaron a esta pregunta que todos sus clientes, buscan o preguntan por algo diferente a los arreglos tradicionales que ellos ofrecen.

5.- LE GUSTARÍA OFRECER ALGO INNOVADOR A SUS CLIENTES?

DATOS	ENCU ESTAS	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

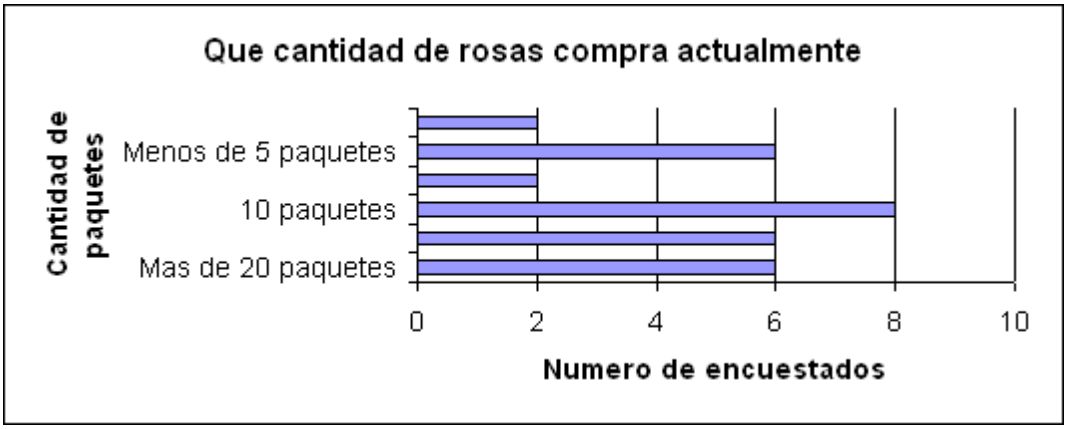


n.30 (Grafica 5)

Todas las floristerías les gustaría ofrecer algo nuevo e innovador a sus clientes

6.- QUÉ CANTIDAD DE ROSAS CONSUME ACTUALMENTE?

DATOS	ENCU ESTAS	PORCENTAJE
Mas de 20 paquetes	6	20%
20 paquetes	6	20%
10 paquetes	8	27%
8 paquetes	2	7%
Menos de 5 paquetes	6	20%
En temporadas	2	7%
TOTAL	30	100%

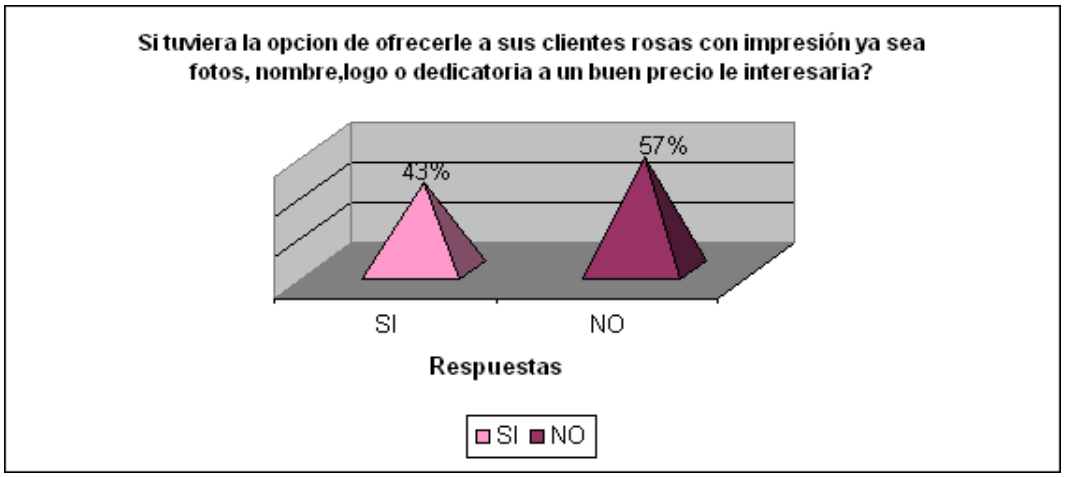


n.30 (Grafica 6)

El 20% de los entrevistados consumen por lo menos 20 paquetes (480 tallos) de rosas por semana.

7.- Si tuviera la opción de ofrecerle a sus clientes rosas con impresión Ya sea fotos, nombre, logos, dedicatoria a un buen precio le interesaría?

DATOS	ENCU ESTAS	PORCENTAJE
SI	13	43%
NO	17	57%
TOTAL	30	100%

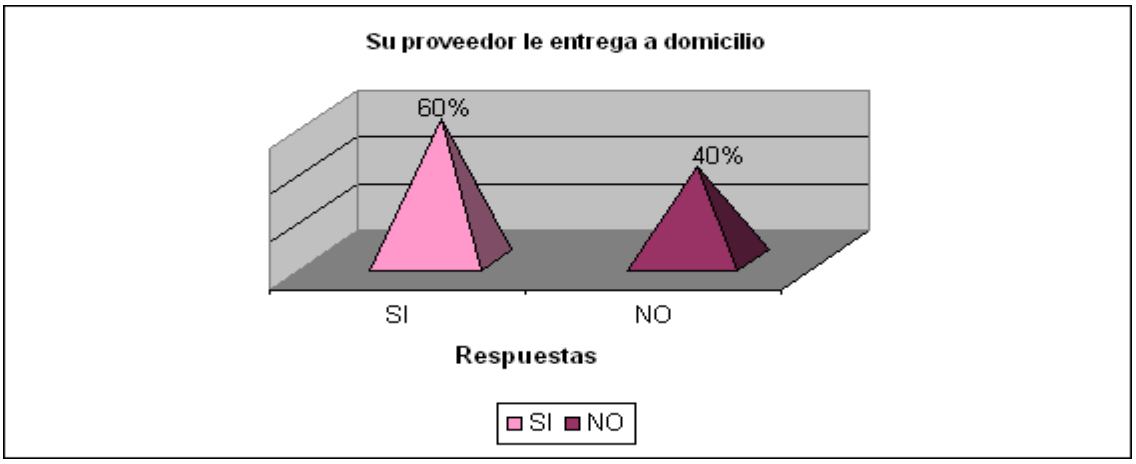


n.30 (Grafica 7)

Únicamente el 43% de los entrevistados le interesó esta opción de rosas impresas, algunos comentarios fueron por el precio o la durabilidad de la rosa.

8.- **Su proveedor le entrega a domicilio?**

DATOS	ENCU ESTAS	PORCENTAJE
SI	18	60%
NO	12	40%
TOTAL	30	100%

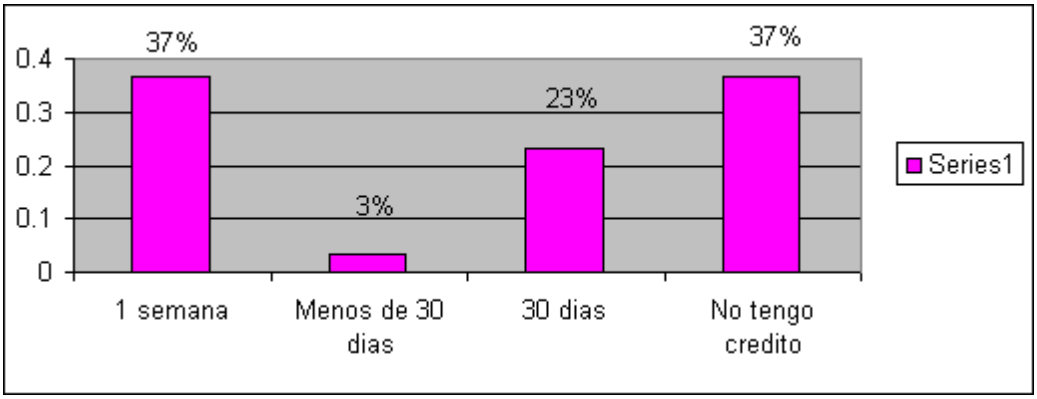


n.30 (Grafica 8)

Solamente el 60% de los entrevistados el proveedor le entrega a domicilio. Lo que un 40% del mercado necesita ese servicio, y si estarían dispuestos a pagar recargo adicional por tal servicio.

9.- Cuantos días de crédito tiene usted con su proveedor?

DATOS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
1 semana	11	37%
Menos de 30 días	1	3%
30 días	7	23%
No tengo crédito	11	37%
TOTAL	30	100%

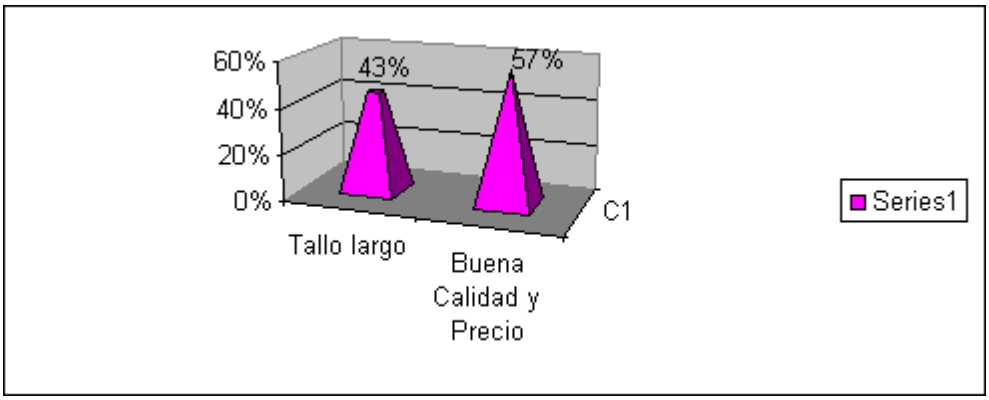


n.30 (Grafica 9)

El 37 % no cuenta con crédito y el 37% únicamente cuenta con una semana de crédito, eso a comprender al proyecto que no debe de excederse de más de 7 días de crédito, o que si es factible la venta al contado.

10.- Qué especificaciones necesita usted de la rosa para que usted decida la compra?

DATOS	ENCUESTAS	PORCENTAJE
Tallo largo	13	43%
Buena calidad y precio	17	57%
TOTAL	30	100%



n.30 (Grafica 10)

El 57% de los encuestados, necesitan calidad y precio para poder hacer la compra, y el 43% necesitan que rosa sea larga.

(Ver anexo muestra de encuesta)

2.4 Comportamiento de la oferta

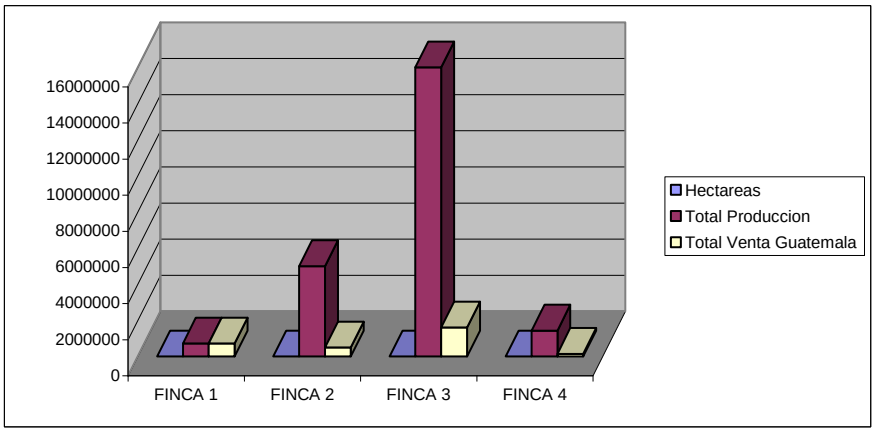
a) Situación actual de la oferta

El departamento de Chimaltenango es el dedicado al cultivo de rosas, allí hay más del 95% (según registros del Maga) de fincas que se dedican a la producción de flores, estando el Municipio de San Juan Sacatepéquez con el 5% de rosas y el 100% en otro tipo de flores como (shasta, crisantemos, clavel, etc.). Estos datos estadísticos son datos de de rosa normal sin impresión **ya que la rosa impresa es un producto nuevo, no existe ningún dato estadístico de ello.**

Los productores de rosas normales se convierten, para la rosa con impresión, en competencia indirecta.

PRODUCCION DE ROSAS ANUAL APPROXIMADO ANO 2008

		Produccion	10%	
	Hectareas	Annual en tallos	Venta localmente	
FINCA 1	1	714,285	714,285	(Esta finca vende toda la produccion
FINCA 2	7	5,000,000	500,000	localmente)
FINCA 3	22	16,000,000	1,600,000	
FINCA 4	2	1,428,570	142,857	
TOTAL		23,142,855	2,957,142	



Fuente (Propia) **(Grafica 11)**

De la producción que se queda en el mercado local, se surtirá para imprimir las rosas.

Impresión floral, es la única empresa que existe; que ofrece las rosas impresas, aunque existe limitación, pues tienen muy poca variedad de colores y opciones para ofrecer. Es ofrecido por medio de la página de Internet o panfletos y está disponible para cualquier persona que lo desee comprar. Su servicio es a domicilio con un recargo, según la cantidad solicitada. Su disponibilidad no es inmediata. El tiempo para hacer los pedidos es con dos días anticipación; y sus cantidades también son limitadas. El precio promedio es de Q12.50 por tallo (Q150.00) la docena. La rosa como materia prima la obtienen de intermediarios, mercados cantonales o productores directamente.

b) Análisis de regulaciones de mercado

No existe ninguna regulación Gubernamental, ni cuotas establecidas. La rosa con impresión es un valor agregado muy nuevo, por lo que no existen ni asociaciones ni gremiales.

c) Situación futura de la oferta

Está incrementando la producción de rosas en Guatemala, muchos cultivadores pequeños se están dedicando a sembrar para vender localmente o a Centroamérica. Lo que provocara que el mercado, se sature y haya una disminución del precio a nivel local, por lo cual es importante ver como una alternativa, como la de ofrecer las rosas impresas, porque permite conseguir precios bajos en la materia prima, como la rosa, y poder ofrecer el producto terminado a precios sumamente accesibles. Sin embargo, la rosa con impresión, será un producto que poco a poco será conocido en el mercado. La impresora con la que se elaboran las impresiones, es relativamente accesible en el precio, por lo que se considera que algunas floristerías la adquieran directamente para poder ofrecer el servicio ellos mismos y la oferta de este producto incremente.

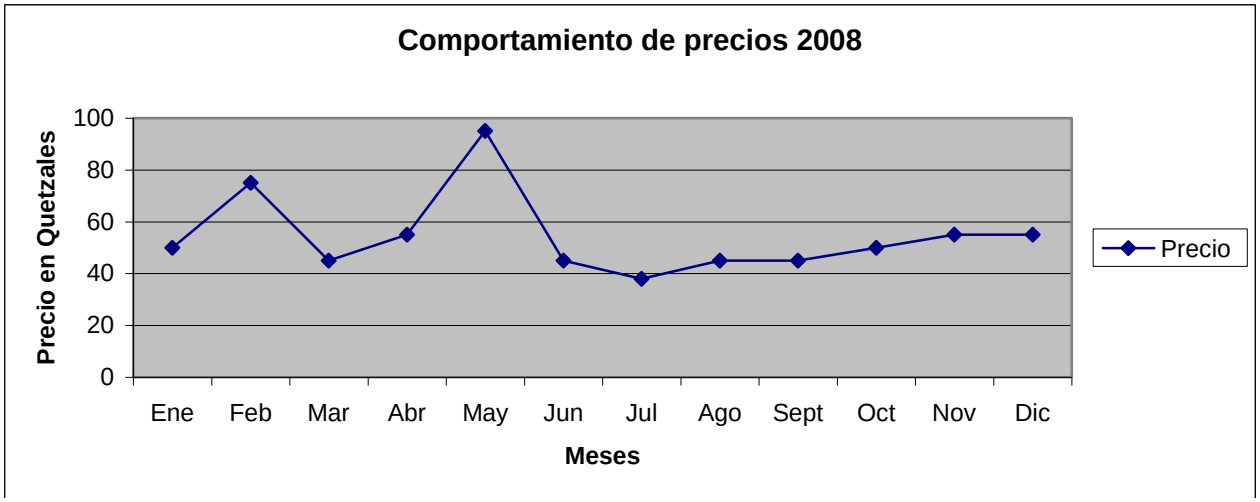
2.5 Comportamiento de los precios

a) Situación actual y estadísticas básicas de los precios

A continuación se presenta el comportamiento de **precios de rosas sin impresión**, de acuerdo a la distribuidora Importadora y Exportadora de flores que vende en Guatemala. Los precios son representados en quetzales y el precio es por paquete de 24 tallos. (2 docenas), el precio se incrementa en los meses de febrero y mayo. La empresa que actualmente vende la rosa impresa, en temporadas normales tienen precios de Q150.00 a Q200.00 la docena. Nuevamente por ser un producto nuevo no existen datos estadísticos de la misma.

Precios del 2008

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Precio	Q50.00	Q75.00	Q45.00	Q55.00	Q95.00	Q45.00	Q38.00	Q45.00	Q45.00	Q50.00	Q55.00	Q55.00



(Grafica 12)

b) Estimación de la evolución futura de los precios

En el caso de la rosa sin impresión, se considera que no habrá evolución de incremento en el precio, por la futura gran oferta que se proyecta. Habrá una saturación en el mercado que hará que los precios bajen en los meses que no sean importantes, como febrero y mayo.

Sin embargo, en el proyecto de las rosas impresas, habrá un descenso en el precio, pero mayor venta de volumen. Porque el precio de la materia prima se mantendrá, lo que ayudaría a no subir los precios de ventas y mantenerlos para poder incrementar volumen de la misma.

c) Márgenes de comercialización

Se proyecta tener un margen de comercialización no menor del 100% ya que la competencia maneja un margen aproximado de un 300%.

2.6 Análisis de la comercialización

La comercialización constituye una combinación de actividades, que el producto, en este caso las rosas impresas, puedan llegar al consumidor final, toda esta actividad a realizar, se incluye dentro de la comercialización y contribuye a reflejar el papel tan importante que juega en el proceso económico de la empresa.

a) Canales de comercialización

Los canales de distribución que se utilizarán, serán por medio de intermediarios, que en este caso serían las floristerías.

Productores de rosas

⇩

Impresión

⇩

Floristerías

El canal de distribución empieza donde la parte productora de la rosa, es entregada en la planta de producción de la empresa, se procesa y es llevada a las distintas floristerías.

b) Formas de comercialización

1. Se realizará una presentación en el Hotel Barceló, y se hará una invitación a las floristerías, a un cóctel para el lanzamiento y presentación del producto.
2. Se elaborará un catalogo con los diferentes colores de las rosas; y con algunas ideas de diseños, y textos para la impresión.
3. Se presentará en un canal de televisión, en algún segmento relacionado con la decoración o de eventos, tan novedosa idea, y dar a conocer que está disponible en las floristerías afiliadas.
4. Creación de página Internet con las diferentes opciones.
5. Envió de correos electrónicos constantemente para las promociones o especiales.

c) Capacidad de competencia del proyecto

Afortunadamente es un producto muy nuevo y novedoso, que todavía no ha sido explotado en su totalidad; y muchas personas no lo conocen ni han experimentado el adquirirlo. La alianza con productores de prestigio que ofrezcan la rosa para la impresión y que cuentan con la mejor variedad, colores y una inmediata disponibilidad, es ventaja que la competencia carece. Todas las ventajas anteriores ayudarían a tener una gran participación en el mercado.

CAPÍTULO III.
ASPECTOS TÉCNICOS

3.1 Ubicación y capacidad del proyecto

El proyecto tiene la capacidad de poder atender a 50 floristerías semanalmente, con una producción de 300 docenas. El dato de las 300 docenas fue calculado a base de la capacidad de impresión de la impresora, por minuto, por día y por semana. Será ubicado en un lugar estratégico de la zona 10, que está muy cerca de las zonas 9,14 y 13 que serán las zonas que atenderá el proyecto y así tener la eficiencia en la entrega, así como facilidad para los compradores, si necesitan comprar en sala de ventas.

3.2 Localización del proyecto y su relación a las características geográficas del terreno, del proceso productivo y del programa de expansión.

a) Macro-localización:

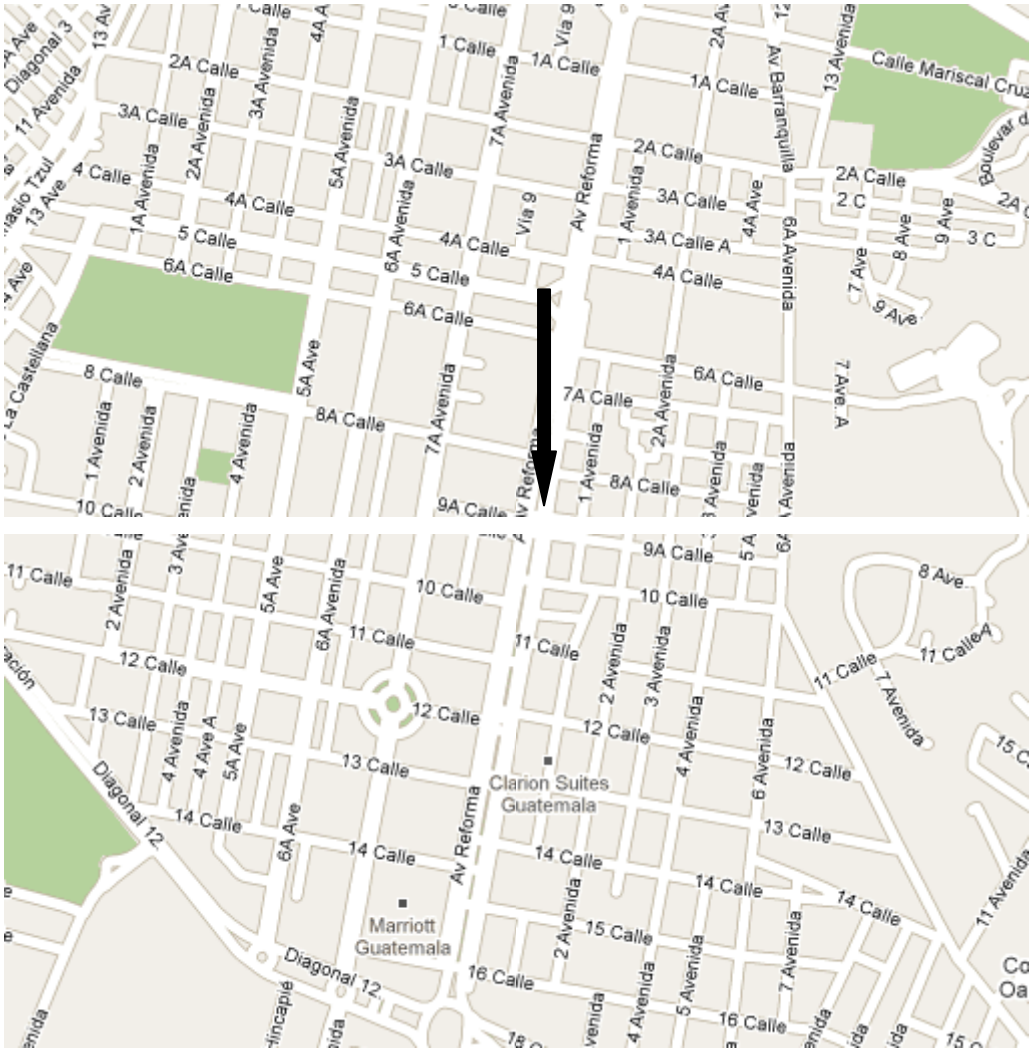
El proyecto se llevará a cabo en la Ciudad de Guatemala.

Figura No. 4

b) Micro-localización:

La ubicación del proyecto será en la Ciudad de Guatemala, en la avenida Reforma zona 10 de la capital.

Figura no.5



3.3 Distancias y costo del transporte; de los insumos y los productos

El transporte de la materia prima, el proveedor lo dejará directamente en las bodegas de la empresa. No hay costo por la recolección de la materia prima. En cuanto a las entregas del producto a los clientes, el costo se desglosa de las siguiente manera:

Combustible - Diesel $\frac{\text{Q 27.50}}{\text{35km x galón}}$ = Q 0.78 x Km,

Mantenimiento $\frac{\text{Q800.00}}{\text{3,000 Km.}}$ = Q 0.25x Km.

Depreciación $\frac{\text{Q10, 000.00}}{\text{20,000kms x año}}$ = Q.0.50x Km.
Valor del vehiculo
(Q50, 000.00 20% de depreciación)

El costo total por kilómetro recorrido es de (Q1.53), no se tiene el dato exacto pero se estima que se recorrerán 94kms diarios con un costo total por día de Q143.82 por día, Q719.10 por semana, Q2, 876.40 por mes.

3.4 Descripción del proceso de producción

a) Recepción de la materia prima.

La materia prima, que es la rosa sin impresión, se clasifica según tamaño o color que se ha solicitado al proveedor y que a la vez ha sido solicitado por el cliente. Se coloca en baldes de agua para su óptimo mantenimiento, si la rosa no se trabajara el mismo día, es colocada en un cuarto frío con una temperatura de 4grados. Para poderla sacar el día que se necesita, se puede mantener en cuarto frío aprox. 4 a 5 días.

b) Proceso de impresión

La rosa se recibe empacada con una envoltura de cartón que protege las cabezas de las rosas. Se procede a retirar y se sueltan las rosas, se toma una por una y se le quitan los primeros pétalos ya que esos pétalos pueden estar dañados y se necesita imprimir en el primer pétalo de rosa, por lo que debe ser el mejor pétalo.
Luego se continúa con el siguiente proceso:

Paso 1. Colocar aceite especial tres capas en el pétalo a imprimir para que ella pueda absorber la tinta de la impresora.
Paso 2. Se elige en la computadora el texto, foto, logo o diseño, escogido por el cliente a imprimir.
Paso 3. La impresora tiene unos sujetadores de rosas para que no se mueva al momento de imprimir y evitar movimientos. Se coloca la rosa en el sujetador.
Paso 4. Se envía a imprimir lo deseado.
Paso 5. Se retira la rosa del sujetador, ya impresa, y se coloca en el balde de agua para que la rosa no se deshidrate y continúe en óptimas condiciones.
Paso 6. Inspeccionar que la impresión haya quedado bien.
Paso 7. Al tener la docena o docenas terminadas. Se corta medio centímetro el tallo de la rosa y se coloca en cajas de cartón para el envío de la rosas al cliente. La caja tiene una medida de 90 CMS de largo x 40cms de ancho x 10cms de alto, con una ventanilla con un cobertor de plástico para que las rosas se vean de un tamaño de 15 x 15 CMS.
Paso 8. Se etiqueta en la parte de enfrente con el logo y dirección y teléfonos etc. En la parte de atrás de la caja se coloca un código, donde ese código, representa el número de cliente, el número de pedido, y la fecha de impresión.
Paso 9. Se le entrega al repartidor con una nota de envío y su factura respectiva al cliente.

3.5 Flujo grama del proceso total

Figura No. 6

Simbolo	Proceso	Tiempo
	Colocar materia prima en baldes de Agua con cloro	5 Min.
	Depetalar la rosa	10 Seg.
	Colocar el aceite sellador 3 capas a la rosa	20 Seg.
	Eleccion en la compuradora el texto o diseno a imprimir	1 Min.
	Colocar la rosa en el sujetador de la impresora	2 Min.
	Se envia a imprimir	30 Seg.
	Se regresa la rosa al balde de agua ya impresa	30 Seg.
	Inspeccion de calidad de la impresion	30 seg.
	Corte de 1/2cms de tallo a la rosas terminadas y se empacan	5 Min.
	Se etiqueta la caja en la parte de enfrente y se codifica parte trasera	3 Min.
	Entregar al repartidor para envio al cliente	5 Min.

De acuerdo al flujo grama , el tiempo requerido para la impresión, etiquetado y empaque de una rosa impresa es de 6.5 minutos aprox.

Figura No.7

Producto terminado y empacado:

3.6 Descripción de las instalaciones, equipos y personal

1- Equipo que se utilizará en la impresión de las flores.

1.- Impresora : UN-FL-M03
Especificaciones:
3 millones de alta resolución
4 maneras de escoger los diseños, fotos, etc.
Sujetador automático
Esta hecho de plástico, pesa solo 4.5 kilos
Los diseños ya impresos son de secado rápido y a prueba de agua
Color de la impresora. 4800*1200dpi
Medida de la impresora 58x36x39cms
Costo por impresora Q 7,500.00

2-Aceite especial de 50ml.

La función del aceite, es para preparar que el pétalo axial pueda absorber mejor la tinta.
Costo por aceite de 50ml. Q 40.75

3-Tinta de inyección a color

Se pueden usar cartuchos comerciales como Lexmark 26-27, alcanza para 600 impresiones aprox.
Costo por cartucho Q 357.50

4-Computadora.

CPU Intel celeron 600Mhz. 128M memoria, arriba de 1G de disco duro, dos puertos de USB, un Cd room, y sistema de Windows XP.

5- Cajas de cartón con ventana para que la exhibición de las rosas.

6- Etiquetas de media pulgada, con el logo, y números de teléfonos

7- Baldes de plástico de cinco galones.

3.7 Descripción del personal requerido

Se necesitara el siguiente personal.

Gerente General
1 Recepcionista
2 Vendedores
1 Encargado de producción
1 Contador
1 guardia de seguridad.

3.8 Instalaciones de oficina y planta de proceso

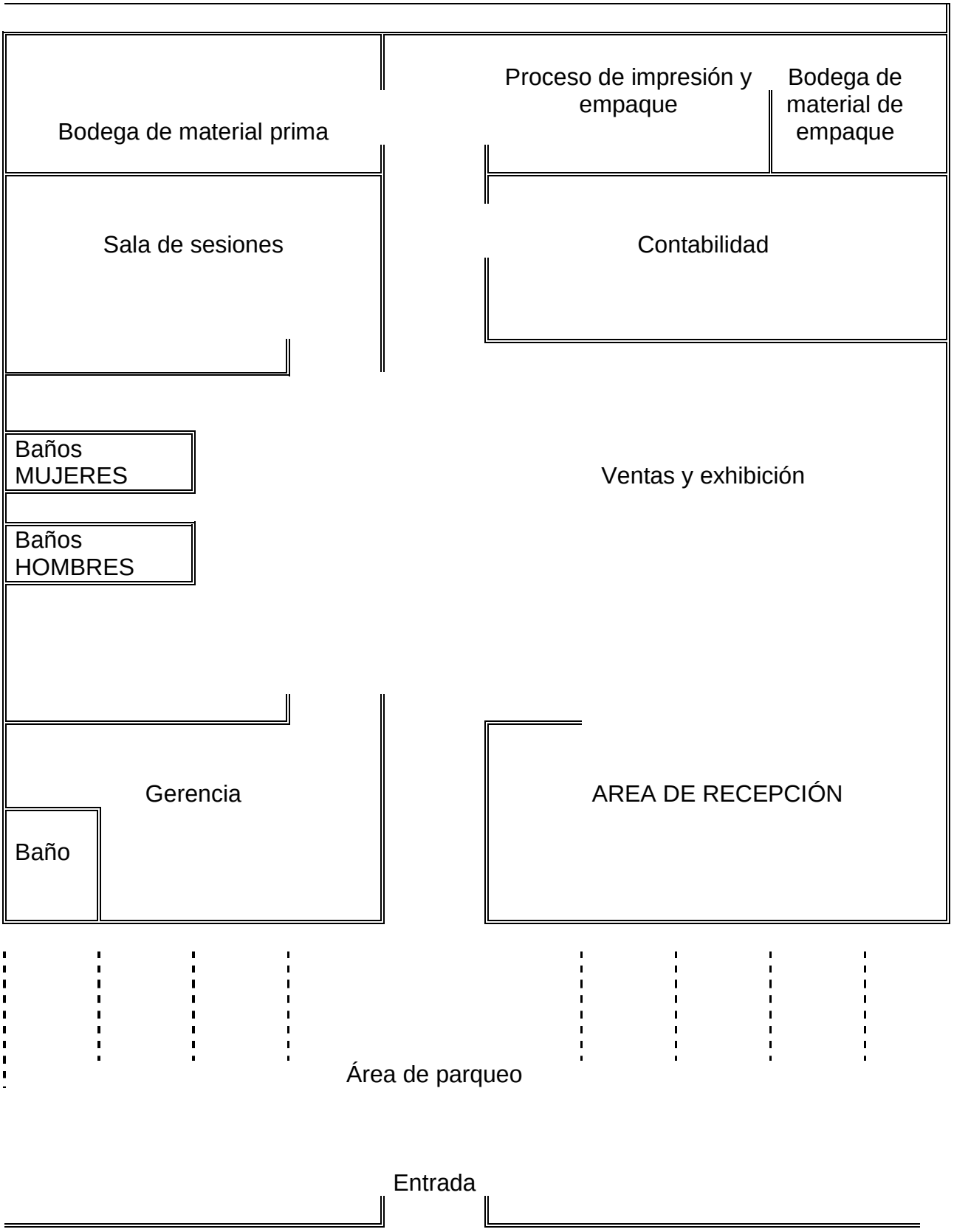
Está dividida en:

1.-Área de recepción para atender a todas las visitas que la empresa pueda tener.
2- Área de exhibición de producto terminado, como el área de ventas.
3.- Oficina de gerencia general
4.- Contabilidad
5.- Sala de sesiones
6.- Cuarto frío a temperatura de 4 grados centígrados, donde se almacenará la materia prima
(Rosa) para tenerla en óptima condición.
7.- Área de proceso de impresión y empaque, que cuenta con una bodega pequeña, donde se almacena el material de empaque (cajas, papel, etiquetas, hules, tinta etc.)
8.- Sanitarios para hombres y mujeres
9.- Área de parqueo.

El área de las instalaciones tiene una medida de 20x20 = 400 metros cuadrados. Son instalaciones arrendadas.

Figura No.8

OFICINA Y PLANTA DE PRODUCCION



Se necesitarán los siguientes mobiliarios y equipo para las oficinas.

5 computadoras de escritorios	Costo	Q 3,000 c/u
1 impresora láser conectada con red para todos los usuarios	Costo	Q1, 500.00
1 scanner	Costo unitario	Q 330.00
6 Escritorios	Costo unitario	Q 2,000.00
6 Sillas	Costo unitario	Q 360.00
6 Teléfonos	Costo unitario	Q 185.00
1 fax	Costo	Q 440.00
Mesa de trabajo (producción)	Costo	Q6, 000.00

3.9 Inventario y especificaciones de las obras

Las instalaciones se retocarán únicamente con pintura de color blanco antiguo americano.

3.10 Costos unitarios de los elementos de la obra

El costo por la aplicación de pintura es de Q5.00 por metro cuadrado, más pintura.

3. 11 Costos totales de las obras

El costo total por la aplicación de la pintura es de Q3, 500.00
(Anexo cotización)

3.12 Negociación del proyecto para definir su fuente de financiamiento.

Se utilizará capital propio, para llevar a cabo el proyecto. No se utilizará ningún financiamiento de crédito o préstamo bancario.

CAPÍTULO IV.

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Se registrará bajo el nombre de D'Flowers. Es una empresa individual, por considerarse que el proceso es sencillo y lo puede realizar el propietario, ahorrando en los costos de honorarios y otros documentos legales.

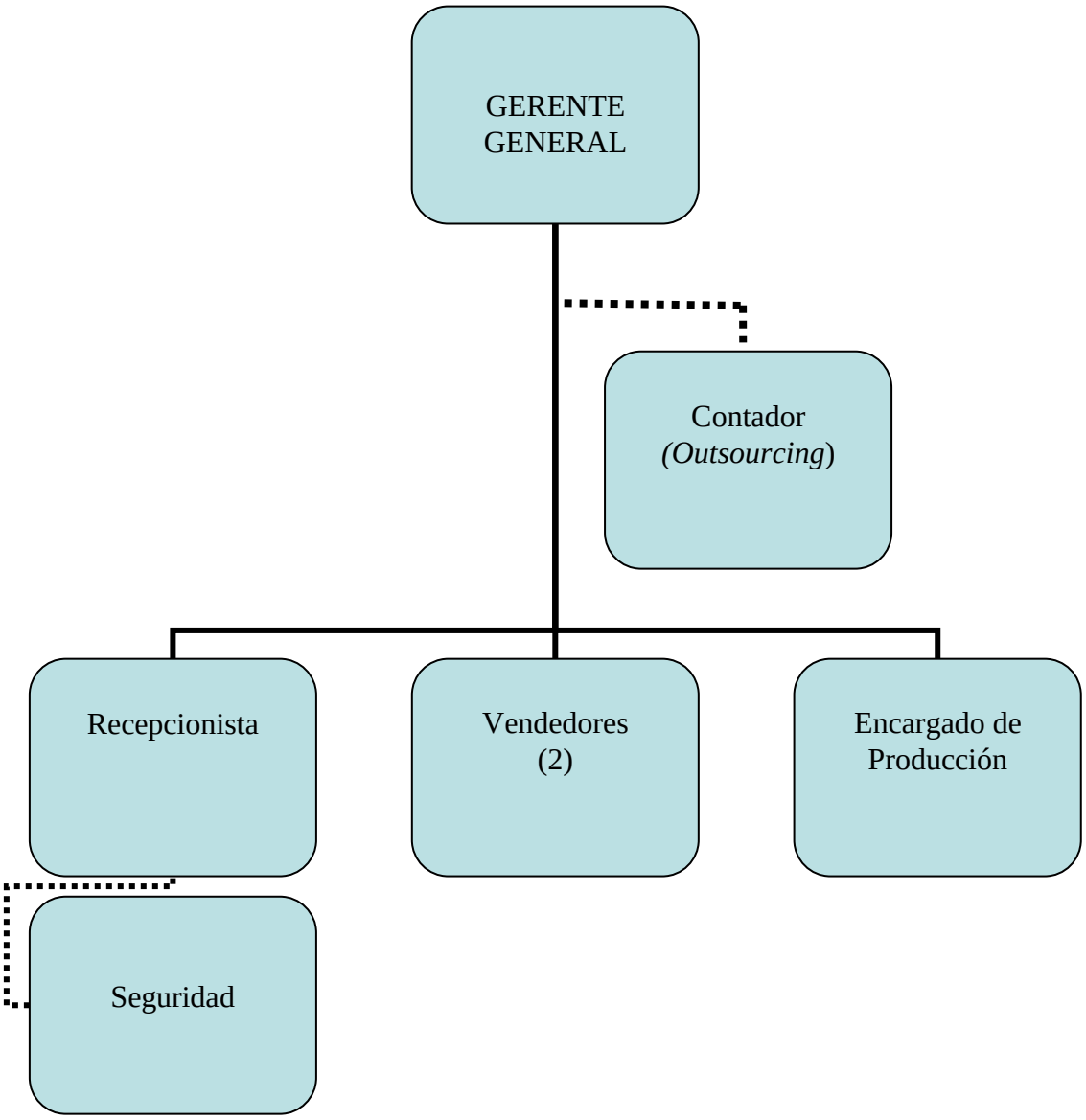
Esto será por el bajo costo de inversión, y porque el capital para invertir es propio y no se recurrirá a ninguna institución bancaria o crediticia.

4.1 Estructura administrativa de la empresa

Empresa individual con único administrador. Será el dueño yl único administrador de la empresa. Por lo que él será la única persona responsable por la administración y el dirigir la empresa. También será la persona que se le estará reportando de todos los movimientos de la empresa.

Organigrama

Figura No.9



4.2 Descripción del perfil de puestos y funciones

La empresa tendrá relativamente, poco personal, según el estudio no se necesita mucho personal para llevar a cabo el proyecto.

El administrador único será el único responsable de toma de decisiones y el manejo total de la empresa, la contabilidad se llevará fuera de la empresa, con una firma de contadores que llevará la parte financiera de la compañía, teniendo reunión semanal con el contador asignado. En cuanto a al seguridad, se estará contratando a una empresa con sólido prestigio para que den el servicio de seguridad. Recepción será la carta de presentación de la empresa ya que atenderá y anunciará a los clientes que nos visiten, así como a toda persona que llame por teléfono a la empresa, también apoyará a ventas a confirmar o hacer citas con clientes.

Los vendedores parte fundamental de la empresa, tendrán la responsabilidad de ventas, entrega y cobro de los clientes, la parte de producción será el responsable de que el producto que se ofrece sea de óptima calidad para el cliente. Se estará trabajando en equipo, haciendo ver al trabajador, que la empresa es parte de ellos también, el método sugerido es tener socios-colaboradores, no empleados, para que la persona ame su trabajo y lo tome como parte de ellos.

Puesto:	Gerente General (dueño)
Reporta a:	Ninguno por ser el dueño de la empresa
Le reportan a el:	Contador, vendedores, recepcionista, producción, guardia de seguridad
Sueldo:	Q5, 000.00

- Realizar, planificar y ejecutar los presupuestos de la planta
- Encargado de compras de materia prima
- Control de inventarios
- Contratación de personal
- Asignaciones de funciones y tareas del personal.
- Supervisión del personal de la planta procesadora.
- Llevar control de calidad, seguridad, higiene, ventas y producción.

Puesto:	Recepcionista
Reporta a:	Gerente General
Le reporta:	Seguridad
Sueldo:	Q3, 000.00

- Encargada de todas llamadas telefónicas, y mensajes para de cada uno de los miembros de la empresa.
- Atención a clientes que visitan la empresa, y remitirlos a los vendedores
- Manejo y control de caja chica
- Asistencia a cualquier departamento que lo necesite.

Perfil del puesto

Edad: 18-35 años

Sexo: Femenino

Estado civil: Indiferente

Titulo académico: Secretaria Bilingüe

Experiencia: No Necesaria experiencia de recepcionista

Puesto:	Vendedores
Reporta a:	Gerente General
Sueldo:	Q4, 000.00

- Encargados del mercadeo y ventas del producto.
- Toma de pedidos.
- Realizar reporte de visitas y programación de nuevas citas semanalmente.
- Participación en eventos relacionados a la empresa.
- Cobro de la ventas.
- Reporte de ventas como liquidaciones de los mismos.
- Distribución del producto a los clientes
- Encargado de cobros
- Encargado de facturación
- Encargado de reporte de entregas y programación de entregas futuras.

Perfil del puesto

Edad: 18-40 años
Sexo: Indiferente
Estado civil: Indiferente
Titulo académico: Bachiller, secretaria Bilingüe, con estudios en la universidad en el área de administración o mercadeo.
Experiencia: en ventas de productos agrícolas de preferencia

Puesto:	Encargado de producción
Reporta a:	Gerente General
Sueldo:	Q 3,500.00

- Encargado de inventario de materia prima
- Encargado de la impresión de la rosa
- Encargado de que la producción final se encuentre en óptimas condiciones.
- Inspeccionar conjuntamente con el del control de calidad.
- Encargado de verificar que la impresión esté correcta de acuerdo al pedido y en buenas condiciones.
- Empacar el pedido de acuerdo al pedido
- Colocación de *stickers* en las cajas.
- Reporte de pedidos despachados.

Perfil del puesto

Edad: 18-35 años
Sexo: Indiferente
Estado civil: Indiferente
Titulo académico: Perito en computación y con estudios universitarios en programación o computación
Experiencia: En manejo de sistemas de computación.

Puesto:	Contador/ *Outsourcing*
Reporta a:	Gerente General
Le reportan a el:	Ninguno
Sueldo:	Q 600.00

- Responsable de la presentación de todos los formularios del IVA y del ISR. mensualmente.
- Libros de compras y ventas.
- Responsable de llevar estados financieros internos mensualmente.

Puesto:	Seguridad /*Outsourcing*
Reporta a:	Recepcionista
Le reportan a el:	Ninguno
Sueldo:	Q 3,500.00

- Responsable de la seguridad de la empresa.
- Llevar control de carros que entran y salen.
- Control y orden del parqueo.

Perfil del puesto:

Edad: Indiferente
Sexo: Masculino
Estado civil: Indiferente
Titulo académico: Que sea de una empresa de seguridad, reconocida a nivel nacional.

4.3 Marco legal y tributario

La empresa se registrará como comerciante individual, ya que el capital que se cuenta es propio, sin ningún financiamiento bancario o algún crédito monetario.

A) Pasos para la inscripción en Registro Mercantil

Paso no. 1

En ventanilla del Registro Mercantil se compra un formulario de solicitud de inscripción de comerciante, (forma RM-1-SCC-C-V) ver anexo. Valor del formulario Q2.00

Paso 2

En la misma ventanilla solicitar orden de pago para cancelarlo en el banco que indique dicha orden. Valor de deposito Q75.00 para inscripción como comerciante.

Valor de depósito Q75.00 para inscripción como comerciante.

Paso 3

Se integra un expediente en un fólder tamaño oficio con pestaña con los siguientes documentos:

- Las órdenes de pago ya canceladas en el banco.
- La solicitud de inscripción de la empresa completamente llena.
- Certificación contable firmada y sellada por un contador debidamente autorizado
- Cédula de vecindad original.

Paso 4: Se presenta el expediente en las ventanillas receptoras de documentos del Registro Mercantil

Paso 5: En el departamento de Operaciones Registrales califican el expediente y proceden a inscribirlo en el libro electrónico de comerciantes y empresas mercantiles.

Paso 6: En el mismo departamento, se razona la cédula de vecindad, haciendo constar la inscripción como comerciante individual y anotan el número de registro, folio, libro y numero de expediente y la fecha de inscripción.

Paso 7: La cédula de vecindad y la patente de comercio de empresa pasa al despacho de Registrador Mercantil General de la Republica, para sello y firma.

Paso 8: En la ventanilla de entrega de documentos entregan la cédula de vecindad debidamente razonada, en donde consta que se es un comerciante individual y la patente de la empresa inscrita. Ambos documentos deberán revisarse minuciosamente antes de colocarle Q50.00 de timbres fiscales.
(Anexo formulario)

b) Inscripción en la Superintendencia de Administración Tributaria

Se presenta en la oficina de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) en una de la ventanillas del Departamento de Registro Tributario Unificado (RTU) y solicitar inicialmente el Formulario de Inscripción y actualización de información de Contribuyentes en el Registro Tributario Unificado (SAT – No.0014) Valor de Q1.00.

Requisitos para llenar este formulario SAT- No. 0014

1.- Para llenar este formulario deberá usar máquina de escribir o letra de molde.
2.- No se aceptará la presentación del formulario con tachaduras, enmiendas o similares.
3.- Si se trata de inscripción, se utilizará la casilla no. 2 y en el caso de ser una actualización utilizar la casilla no. 3, anotando en ambos casos una ¨X¨.

Escribir los datos solicitados en ¨Datos de identificación para persona individual¨ en las casillas de la No. 5 a la 16 y en ¨Datos generales¨ en la casilla de la No. 27 a la 43, en el caso que no procesa. De lo contrario escriba una línea para anular el espacio no utilizado del formulario SAT-No. 0014.

En el numeral no. 88 al 104 se deberán escribir los datos solicitados:

Nombre comercial
Dirección
Departamento
Municipio
Teléfono
Fax
Apdo. Postal
Fecha de inicio de operaciones

Se debe leer detenidamente el formulario SAT-0014: Instructivo, el anverso y el reverso, para llenarlo correctamente y evita futuros errores que pudieran afectar a su empresa.

El formulario SAT-0014 deberá acompañarse de los formularios siguientes:

- Solicitud de Habilitación de Libros, formulario SAT-0052
- Solicitud para la autorización de impresión y uso de documentos y formularios, SAT-0042.
- Copia de Patente de comercio.
- Fotocopia de cedula del propietario completa
- Carta de registro del contador autorizado.

(Anexo formulario)

c) Habilitación o autorización de libros SAT

Los pequeños contribuyentes deberán habilitar o llevar un libro de compras y ventas del pequeño contribuyente.

Como será una empresa con un activo mayor de Q25, 000.00 se deberán llevar los siguientes libros.

Inventario
Diario
Mayor
Estados Financieros
(Art. 37,49 del Dec.27-92 y 37 al 40 del Reglamento/Art. 46 del Dec.26-92

La habilitación se llevará a cabo en la Superintendencia de Administración Tributaria SAT siguiendo el procedimiento siguiente.

Paso no. 1: Llenar el formulario SAT-0052, adjuntar original y fotocopia legalizada de cedula del propietario de la empresa.
Paso no. 2: Presentar lo anterior en la ventanilla correspondiente de la agencia SAT. Se entregara el recibo de Ingresos Cobranza SAT-No. 0811 con el monto a ser cancelado en las cajas de Banrural. El valor corresponde a Q0.50 por hoja habilitada.
Paso No. 3: Hacer efectivo el pago en Banrural para su presentación posterior en las ventanillas de la SAT.
%Paso no. 4: La SAT hace entrega de los *stickers* que deberá adherir a los libros habilitados.

(anexo formulario)

d) Régimen tributario

Organización legal: Individual
Actividad económica: Productos de viveros, etc.

El pago del ISR. (Impuesto Sobre la Renta) será pagado mensualmente directamente del 5%. (Renta bruta- Rentas exentas)

El Impuesto al valor agregado la tasa 12% mensualmente. (Diferencias entre IVA cobrado e IVA pagado)

Para solicitar la autorización de facturas e impresión, se tiene que tener una cuenta bancaria en cualquier banco del sistema, y solicitar el contrato de adhesión para hacer pagos, consultas y solicitudes por medio de la página de Internet del banco en la opción de SAT.

e) Inscripción patronal al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS)

Llenar el formulario Form.Drpt-001 e inscribir a los empleados, con toda la información de cada uno de ellos. El pago se hace mensualmente directamente al IGSS. El patrono tiene la obligación de pagar el 11.67% sobre el sueldo mensual y el empleado deberá paga el 4.33% y esa parte será descontado del pago del empleado y pagar su totalidad al IGSS.

(Anexo formulario)

f) Inscripción al centro de recreación IRTRA

Llenar el formulario de la empresa, y adjuntar los datos exactos de todos los empleados, la empresa deberá pagar mensualmente el 1% sobre el sueldo del empleado.

CAPÍTULO V.

ASPECTOS AMBIENTALES

Este proyecto no tiene efecto con el medio ambiente. Ya que no se utilizará ningún producto toxico para la transformación del producto.

5.1 Descripción del entorno:

Área urbana, sin presencia de flora y fauna, únicamente la de carácter decorativo, como jardines.

5.2 Residuos de desechos que genera el proyecto:

Cajas vacías, cartuchos de tinta, hojas y pétalos de rosas que se cortan.

5.3 Manejo de desechos:

Se eliminarán por medio del recolector de basura municipal.

5.4 Seguridad industrial :

Se contará con botiquín, extinguidores y plan de evacuación.

CAPÍTULO VI.

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Costo total de la inversión

INVERSION

CAPITAL DE TRABAJO

Efectivo (3 meses)	Q97,755.00
Inventario (1 semana)	Q3,900.00
Cuentas x Cobrar (1 semana)	Q37,500.00
TOTAL	Q139,155.00

ACTIVO FIJO

Mobiliario y equipo

Escritorios	Q12,000.00
Sillas	Q2,200.00
Telefonos	Q1,100.00
Fax	Q440.00
Mesa de trabajo	Q6,000.00
TOTAL	Q21,740.00

Equipo de computacion

Computadoras	Q15,000.00
Impresora	Q1,500.00
Scaner	Q330.00
Impresora para rosas	Q15,000.00
TOTAL	Q31,830.00
Vehiculos	Q50,000.00
TOTAL	Q50,000.00
TOTAL ACTIVO FIJO	Q103,570.00

OTROS ACTIVOS

Gastos de organización	Q2,000.00
Impresión de Facturas	Q450.00
Publicidad	Q1,000.00
Remodelacion de pintura	Q3,500.00
Total otros Activos	Q6,950.00
TOTAL INVERSION	**Q249,675.00**

La inversión es propia, no se solicitará ningún financiamiento ni crédito a ninguna entidad bancaria. El efectivo está contemplado para tres meses y se cubrirán los gastos más emergentes como son los salarios, renta, luz, teléfono y otros.

6.2 Criterios para las depreciaciones

DEPRECIACIONES

COMPUTO(Depreciacion a 3 años)			
COMPUTADORAS	15,000		
IMPRESORA DE ROSAS	15,000		
IMPRESORA LASER	1500		
SCANER	330		
TOTAL	31,830	33.33%	Q10,608.94
VEHICULOS (Depreciacion a 5 años)	50,000	20%	Q10,000.00
MOBILIARIO Y EQUIPO (Depreciacion a 5 años)			
ESCRITORIOS	12,000		
SILLAS	2200		
TELEFONOS	1100	20%	Q4,348.00
FAX	440		
MESA DE TRABAJO	6000		
TOTAL	21,740		
	Total depreciaciones		**Q24,956.94**

6.3 Egresos (costos fijos y variables)

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
COSTOS FIJOS													
GERENTE GENERAL													
Sueldo	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q36,000.00
Bonificacion	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q24,000.00
Prestaciones laborales 8.33%	Q249.90	Q249.90	Q249.90	Q249.90	Q249.90	Q249.90	Q249.90	Q249.90	Q249.90	Q249.90	Q249.90	Q249.90	Q2,998.80
Vacaciones 4.17%	Q141.00	Q141.00	Q141.00	Q141.00	Q141.00	Q141.00	Q141.00	Q141.00	Q141.00	Q141.00	Q141.00	Q141.00	Q1,692.00
Bono 14 - Aguinaldo							Q5,000.00						Q5,000.00
IGSS , IRTRAA 11.67%,1%	Q380.10	Q380.10	Q380.10	Q380.10	Q380.10	Q380.10	Q380.10	Q380.10	Q380.10	Q380.10	Q380.10	Q380.10	Q4,561.20
TOTAL	Q5,771.00	Q5,771.00	Q5,771.00	Q5,771.00	Q5,771.00	Q5,771.00	Q10,771.00	Q5,771.00	Q5,771.00	Q5,771.00	Q5,771.00	Q5,771.00	Q74,252.00
RECEPCIONISTA													Q0.00
Sueldo	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q21,600.00
Bonificacion	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q14,400.00
Prestaciones laborales 8.33%	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q1,799.28
Vacaciones 4.17%	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q900.72
Bono 14 - Aguinaldo							Q3,000.00					Q3,000.00	Q6,000.00
IGSS , IRTRAA 11.67%,1%	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q2,736.72
TOTAL	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q6,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q6,453.06	Q47,436.72
VENDEDOR NO. 1													Q0.00
Sueldo	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q28,800.00
Bonificacion	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q19,200.00
Prestaciones laborales 8.33%	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q2,399.04
Vacaciones 4.17%	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q1,200.96
Bono 14 - Aguinaldo							Q4,000.00					Q4,000.00	Q8,000.00
IGSS , IRTRAA 11.67%,1%	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q3,648.96
TOTAL	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q8,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q8,604.08	Q63,248.96
VENDEDOR NO. 2													Q0.00
Sueldo	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q2,400.00	Q28,800.00
Bonificacion	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00	Q19,200.00
Prestaciones laborales 8.33%	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q199.92	Q2,399.04
Vacaciones 4.17%	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q100.08	Q1,200.96
Bono 14 - Aguinaldo							Q4,000.00					Q4,000.00	Q8,000.00
IGSS , IRTRAA 11.67%,1%	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q304.08	Q3,648.96
TOTAL	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q8,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q4,604.08	Q8,604.08	Q63,248.96
ENCARGADO DE PRODUCCION													Q0.00
Sueldo	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q21,600.00
Bonificacion	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q1,200.00	Q14,400.00
Prestaciones laborales 8.33%	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q149.94	Q1,799.28
Vacaciones 4.17%	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q75.06	Q900.72
Bono 14 - Aguinaldo							Q3,000.00					Q3,000.00	Q6,000.00
IGSS , IRTRAA 11.67%,1%	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q228.06	Q2,736.72
TOTAL	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q6,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q3,453.06	Q6,453.06	Q47,436.72
CONTADOR - OUTSOURCING													
Servicios Profesionales	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q7,200.00
TOTAL	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q600.00	Q7,200.00
SEGURIDAD													
Servicios de Seguridad	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q36,000.00
TOTAL	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q3,000.00	Q36,000.00
TOTAL SUELDOS	Q25,485.28	Q25,485.28	Q25,485.28	Q25,485.28	Q25,485.28	Q25,485.28	Q44,485.28	Q25,485.28	Q25,485.28	Q25,485.28	Q25,485.28	Q39,485.28	Q338,823.36
GASTOS ADMINISTRATIVOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Energia Electrica	Q2,200.00	Q2,200.00	Q2,200.00	Q2,200.00	Q2,200.00	Q2,200.00	Q2,200.00	Q2,200.00	Q2,200.00	Q2,200.00	Q2,200.00	Q2,200.00	Q26,400.00
Telefonos e Internet	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q1,800.00	Q21,600.00
Utiles y papeleria de oficina	Q800.00	Q800.00	Q800.00	Q800.00	Q800.00	Q800.00	Q800.00	Q800.00	Q800.00	Q800.00	Q800.00	Q800.00	Q9,600.00
Materiales de Limpieza	Q300.00	Q300.00	Q300.00	Q300.00	Q300.00	Q300.00	Q300.00	Q300.00	Q300.00	Q300.00	Q300.00	Q300.00	Q3,600.00
Total Gastos Adninistrativos	Q5,100.00	Q5,100.00	Q5,100.00	Q5,100.00	Q5,100.00	Q5,100.00	Q5,100.00	Q5,100.00	Q5,100.00	Q5,100.00	Q5,100.00	Q5,100.00	Q61,200.00
GASTOS DE MERCADEO Y VENTAS													
Combustibles/Depreciacion	Q2,800.00	Q2,800.00	Q2,800.00	Q2,800.00	Q2,800.00	Q2,800.00	Q2,800.00	Q2,800.00	Q2,800.00	Q2,800.00	Q2,800.00	Q2,800.00	Q33,600.00
Atencion a Clientes	Q150.00	Q150.00	Q150.00	Q150.00	Q150.00	Q150.00	Q150.00	Q150.00	Q150.00	Q150.00	Q150.00	Q150.00	Q1,800.00
Publicidad	Q3,500.00	Q2,000.00		Q1,500.00			Q1,500.00				Q1,500.00		Q10,000.00
(anuncio de periodico, volantes, tarjetas de presentacion, emails)													
Total Mercadeo y Ventas	Q6,450.00	Q4,950.00	Q2,950.00	Q4,450.00	Q2,950.00	Q2,950.00	Q4,450.00	Q2,950.00	Q2,950.00	Q2,950.00	Q4,450.00	Q2,950.00	Q45,400.00
RENTA DE OFICINA	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q2,000.00	Q24,000.00
DEPRECIACIONES													
Equipo de computacion	Q884.07	Q884.07	Q884.07	Q884.07	Q884.07	Q884.07	Q884.07	Q884.07	Q884.07	Q884.07	Q884.07	Q884.07	Q10,608.84
Mobiliario y Equipo	Q362.34	Q362.34	Q362.34	Q362.34	Q362.34	Q362.34	Q362.34	Q362.34	Q362.34	Q362.34	Q362.34	Q362.34	Q4,348.08
Vehiculos	Q833.34	Q833.34	Q833.34	Q833.34	Q833.34	Q833.34	Q833.34	Q833.34	Q833.34	Q833.34	Q833.34	Q833.34	Q10,000.08
Total Depreciaciones	Q2,079.75	Q2,079.75	Q2,079.75	Q2,079.75	Q2,079.75	Q2,079.75	Q2,079.75	Q2,079.75	Q2,079.75	Q2,079.75	Q2,079.75	Q2,079.75	Q24,957.00
TOTAL COSTOS FIJOS	**Q41,115.03**	**Q39,615.03**	**Q37,615.03**	**Q39,115.03**	**Q37,615.03**	**Q37,615.03**	**Q58,115.03**	**Q37,615.03**	**Q37,615.03**	**Q37,615.03**	**Q39,115.03**	**Q51,615.03**	**Q494,380.36**
COSTOS VARIABLES													
PRODUCCION													
Cartuchos Lemarx 26/27	Q2,145.00	Q2,145.00	Q2,145.00	Q2,145.00	Q2,145.00	Q2,145.00	Q2,145.00	Q2,145.00	Q2,145.00	Q2,145.00	Q2,145.00	Q2,145.00	Q25,740.00
(6 mensual costo Q357.50)													
Aceite especial para secado	Q244.50	Q244.50	Q244.50	Q244.50	Q244.50	Q244.50	Q244.50	Q244.50	Q244.50	Q244.50	Q244.50	Q244.50	Q2,934.00
(6 mensual costo Q40.75)													
Botes para Agua 6 botes Q75c/u	Q450.00											Q450.00	Q900.00
Tijeras (2 cada 3 meses)													
costo Q175.00	Q350.00			Q350.00			Q350.00			Q350.00			Q1,400.00
Materia Prima	Q15,600.00	Q72,000.00	Q15,600.00	Q15,600.00	Q90,000.00	Q15,600.00	Q15,600.00	Q15,600.00	Q15,600.00	Q15,600.00	Q15,600.00	Q15,600.00	Q318,000.00
Total Produccion	Q18,789.50	Q74,389.50	Q17,989.50	Q18,339.50	Q92,389.50	Q17,989.50	Q18,339.50	Q17,989.50	Q17,989.50	Q18,339.50	Q17,989.50	Q18,439.50	Q348,974.00
MATERIAL DE EMPAQUE													
Cajas de Carton Q5.50	Q6,600.00	Q13,200.00	Q6,600.00	Q6,600.00	Q16,500.00	Q6,600.00	Q6,600.00	Q6,600.00	Q6,600.00	Q6,600.00	Q6,600.00	Q6,600.00	Q95,700.00
Papel de china colores Q0.30	Q360.00	Q720.00	Q360.00	Q360.00	Q900.00	Q360.00	Q360.00	Q360.00	Q360.00	Q360.00	Q360.00	Q360.00	Q5,220.00
Stickers con logo y telefono Q0.10	Q120.00	Q240.00	Q120.00	Q120.00	Q300.00	Q120.00	Q120.00	Q120.00	Q120.00	Q120.00	Q120.00	Q120.00	Q1,740.00
Rollos de Tape. Q3.25	Q13.00	Q13.00	Q13.00	Q13.00	Q13.00	Q13.00	Q13.00	Q13.00	Q13.00	Q13.00	Q13.00	Q13.00	Q156.00
Listones de colores yarda Q2.25	Q2,700.00	Q5,400.00	Q2,700.00	Q2,700.00	Q6,750.00	Q2,700.00	Q2,700.00	Q2,700.00	Q2,700.00	Q2,700.00	Q2,700.00	Q2,700.00	Q39,150.00
Total Material de empaque	Q9,793.00	Q19,573.00	Q9,793.00	Q9,793.00	Q24,463.00	Q9,793.00	Q9,793.00	Q9,793.00	Q9,793.00	Q9,793.00	Q9,793.00	Q9,793.00	Q141,966.00
ISR 5%	Q7,500.00	Q15,000.00	Q7,500.00	Q7,500.00	Q18,750.00	Q7,500.00	Q7,500.00	Q7,500.00	Q7,500.00	Q7,500.00	Q7,500.00	Q7,500.00	Q108,750.00
TOTAL COSTOS VARIABLES	**Q36,082.50**	**Q108,962.50**	**Q35,282.50**	**Q35,632.50**	**Q135,602.50**	**Q35,282.50**	**Q35,632.50**	**Q35,282.50**	**Q35,282.50**	**Q35,632.50**	**Q35,282.50**	**Q35,732.50**	**Q599,690.00**
GRAN TOTAL COSTOS VARIABLES Y FIJOS	**Q77,197.53**	**Q148,577.53**	**Q72,897.53**	**Q74,747.53**	**Q173,217.53**	**Q72,897.53**	**Q93,747.53**	**Q72,897.53**	**Q72,897.53**	**Q73,247.53**	**Q74,397.53**	**Q87,347.53**	**Q1,094,070.36**

En el cuadro anterior de egresos, el cálculo está hecho en base de todos los rubros que se necesitarán mensualmente y anualmente para el funcionamiento de la empresa.

Separando los costos fijos con los costos variables. En costos fijos están todo lo que son los salarios, gastos administrativos, gastos de mercadeo y ventas, renta del local, depreciaciones, el rubro más alto de los costos variables son los salarios que el monto asciende a Q25,485.28 mensualmente y en meses de julio y diciembre cuando se pagan bono 14 y aguinaldo sube a Q44,485.28 y en diciembre Q39,,485.28.

Los costos variables, cubren todos los gastos que a la venta incurra tenemos el rubro de producción, material de empaque, el impuesto del ISR 5% el rubro más alto en estos costos son los de producción.

6.4 Costo unitario

COSTO UNITARIO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
VARIABLES	36,082.50	108,962.50	35,282.50	35,632.50	135,602.50	35,282.50	35,632.50	35,282.50	35,282.50	35,632.50	35,282.50	35,732.50	599,690.00
TOTAL DOCENAS PRODUCIDAS	1,200	2,400	1,200	1,200	3,000	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	17,400
COSTO UNITARIO	30.07	45.40	29.40	29.69	45.20	29.40	29.69	29.40	29.40	29.69	29.40	29.78	34.46

En este cuadro se refleja el costo unitario por mes, que es Q34.46 por docena el promedio anual.

6.5 Proyección de venta anual

D´FLOWERS
PROYECCION DE VENTAS ANUAL

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Docenas Vendidas	1,200	2,400	1,200	1,200	3,000	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	17,400
Precio de Venta S/Iva	Q125.00	Q125.00	Q125.00	Q125.00	Q125.00	Q125.00	Q125.00	Q125.00	Q125.00	Q125.00	Q125.00	Q125.00	
Total Ingresos	Q150,000.00	Q300,000.00	Q150,000.00	Q150,000.00	Q375,000.00	Q150,000.00	Q150,000.00	Q150,000.00	Q150,000.00	Q150,000.00	Q150,000.00	Q150,000.00	Q2,175,000.00

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Docenas compradas	1,200	2,400	1,200	1,200	3,000	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	17,400
Costo Unitario	Q30.07	Q45.40	Q29.40	Q29.69	Q45.20	Q29.40	Q29.69	Q29.40	Q29.40	Q29.69	Q29.40	Q29.78	Q34.46
Costo de Ventas	Q36,082.50	Q108,962.50	Q35,282.50	Q35,632.50	Q135,602.50	Q35,282.50	Q35,632.50	Q35,282.50	Q35,282.50	Q35,632.50	Q35,282.50	Q35,732.50	Q599,690.00
UTILIDAD BRUTA	**Q113,917.50**	**Q191,037.50**	**Q114,717.50**	**Q114,367.50**	**Q239,397.50**	**Q114,717.50**	**Q114,367.50**	**Q114,717.50**	**Q114,717.50**	**Q114,367.50**	**Q114,717.50**	**Q114,267.50**	**Q1,575,310.00**

Se estima la venta mensual de 1200 docenas, ya que es lo que el proyecto tiene la capacidad de poder atender, el ingreso mensual estimado es de Q150.000.00, aproximadamente. En los meses de mayor venta, que son los meses de febrero y mayo, se estima un ingreso de Q300.000.00, con la venta de 2,400 docenas (febrero) y Q375, 000.00 con la venta de 3.000 docenas (mayo). Con una utilidad bruta anual de Q1,575,310.00 (Q131, 275.83 mensualmente).

6.6 Proyección de ventas a cinco años

D´FLOWERS
PROJECCION DE VENTAS POR 5 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTALES
DOCENAS VENDIDAS	17,400	18,270	19,183	20,143	21,150	96,146
PRECIO DE VENTA	Q125.00	Q137.50	Q151.25	Q158.81	Q166.75	
TOTAL INGRESOS	Q2,175,000.00	Q2,512,125.00	Q2,901,428.75	Q3,198,909.83	Q3,526,762.50	Q14,314,226.08

Se tomó el criterio de un 5% en el incremento de ventas, porque según experiencia el mercado de las flores, se mantiene en un estado de no crecimiento, y se considera que el porcentaje que se utilizó es el más realista para poder alcanzar las metas de ventas.

El precio de venta se incrementó al 10%, tomando en cuenta que el proveedor pueda tener un aumento en el precio de la materia prima, y que haya en el país una inflación del 7%. Este porcentaje ayuda a mantener los precios accesibles para el cliente y no perder la oportunidad de ventas.

6.7 Calendario de las inversiones

D´FLOWERS
INVERSION

INVERSION		**Cronograma de la Inversion**			
CAPITAL DE TRABAJO		**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**
Efectivo (3 meses)	Q97,755.00				X
Inventario (1 semana)	Q3,900.00				X
Cuentas x Cobrar (1 semana)	Q37,500.00				X
TOTAL	**Q139,155.00**				
ACTIVO FIJO					
Mobiliario y equipo					
Escritorios	Q12,000.00		X		
Sillas	Q2,200.00		X		
Telefonos	Q1,100.00		X		
Fax	Q440.00		X		
Mesa de trabajo	Q6,000.00		X		
TOTAL	**Q21,740.00**				
Equipo de computacion					
Computadoras	Q15,000.00			X	
Impresora	Q1,500.00			X	
Scaner	Q330.00			X	
Impresora para rosas	Q15,000.00	X			
TOTAL	**Q31,830.00**				
Vehiculos	Q50,000.00				X
TOTAL	**Q50,000.00**				
TOTAL ACTIVO FIJO	**Q103,570.00**				
OTROS ACTIVOS					
Gastos de organización	Q2,000.00	X			
Impresión de Facturas	Q450.00	X			
Publicidad	Q1,000.00			X	
Remodelacion de pintura	Q3,500.00	X			
TOTAL OTROS ACTIVOS	**Q6,950.00**				
TOTAL INVERSION	**Q249,675.00**				

En este cronograma de inversión se tomó en cuenta los meses a invertir, para que así el último mes ya esten todos los rubros cubiertos. Se invertirá en cuatro meses, para que la empresa esté en funcionamiento total.

6.8 Flujo de caja proyectados a cinco años

D´FLOWERS
FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL	**Q249,675.00**	**Q135,255.00**	**Q1,094,891.64**	**Q2,272,402.75**	**Q3,660,777.20**	**Q5,192,937.12**
(+)INGRESOS						
VENTAS	Q0.00	Q2,137,500.00	Q2,512,125.00	Q2,901,428.75	Q3,198,909.83	Q3,526,762.50
Total Disponible	Q249,675.00	Q2,272,755.00	Q3,607,016.64	Q5,173,831.50	Q6,859,687.03	Q8,719,699.62
(-)EGRESOS						
Costos Variables		Q599,690.00	Q692,641.95	Q799,980.60	Q882,001.94	Q972,397.33
Costos Fijos		Q469,423.36	Q516,365.69	Q568,002.26	Q624,802.48	Q687,282.73
Impuestos Isr		Q108,750.00	Q125,606.25	Q145,071.44	Q159,945.49	Q176,338.13
Inversiones	Q114,420.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Total Egresos	Q114,420.00	Q1,177,863.36	Q1,334,613.89	Q1,513,054.30	Q1,666,749.91	Q1,836,018.19
Saldo Final	**Q135,255.00**	**Q1,094,891.64**	**Q2,272,402.75**	**Q3,660,777.20**	**Q5,192,937.12**	**Q6,883,681.44**

Este cuadro de flujo de caja, nos refleja que la inversión es retornada desde el primer año de operación**.**

6.9 Estado de resultado de cinco años

D´FLOWERS
ESTADOS DE RESULTADOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	Q2,175,000.00	Q2,512,125.00	Q2,901,428.75	Q3,198,909.83	Q3,526,762.50
(-)COSTOS VARIABLES	Q599,690.00	Q692,641.95	Q799,980.60	Q882,001.94	Q972,397.33
(=)CONTRIBUCION MARGINAL	Q1,575,310.00	Q1,819,483.05	Q2,101,448.15	Q2,316,907.89	Q2,554,365.17
(-)GASTOS DE OPERACIÓN					
COSTOS FIJOS	Q469,423.36	516365.69	568002.26	624,802.48	687,282.73
DEPRECIACION	Q24,957.00	Q24,957.00	Q24,957.00	Q14,348.16	Q14,348.16
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	Q494,380.36	Q541,322.69	Q592,959.26	Q639,150.64	Q701,630.89
UTILIDADES ANTES DEL ISR	Q1,080,929.64	Q1,278,160.36	Q1,508,488.89	Q1,677,757.25	Q1,852,734.28
(-)ISR	Q108,750.00	Q125,606.25	Q145,071.44	Q159,945.49	Q176,338.13
UTILIDADES DESPUES DEL ISR	Q972,179.64	Q1,152,554.11	Q1,363,417.45	Q1,517,811.76	Q1,676,396.16

En este cuadro se muestran los estados de resultados desde el año 1 de la operación de la empresa hasta el año 5. También nos da el resultado de las utilidades obtenidas anualmente, después del pago de impuesto del ISR del 5%. Estos números muestran cómo la inversión que se realizó se recupera desde el primer año.

6.10 Balance General

D´FLOWERS
BALANCE GENERAL

ACTIVO		
Circulante		
Caja y Bancos	Q1,094,891.64	
Inventario	Q3,900.00	
Cuentas por Cobrar	Q37,500.00	
Activo Circulante		Q1,136,291.64
Activo Fijo		
Mobiliario y Equipo	Q21,740.00	
Equipo de Computo	Q31,830.00	
Vehiculos	Q50,000.00	
(-) Depreciacion	Q24,957.00	Q78,613.00
Otros Activos		Q6,950.00
TOTAL ACTIVO		**Q1,221,854.64**
PASIVO		
Corto Plazo		Q0.00
Largo Plazo		Q0.00
Capital	Q249,675.00	
(+ utilidad despues del impuesto isr)	Q972,179.64	
TOTAL PASIVO CAPITAL		**Q1,221,854.64**

El balance General del período de un año reflejo en Activo Q1,221,854.64 y en el Pasivo Capital Q 1,221,854.64 lo que cuadra el mismo.

6.11 Evaluación financiera

D´FLOWERS
TREMA

TREMA	
INFLACION	7%
TASA ACTIVA BANCARIA	16%
PREMIO X RIEGO	20%
TOTAL TREMA	43%

Se tomó los criterios de arriba para considerar el trema para efectos del proyecto.

6.12 VAN Y TIR

VAN Y EL TIR

FLUJO NETO DE FONDOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta despues de impuestos		Q972,179.64	Q1,155,554.11	Q1,363,417.45	Q1,517,811.76	Q1,676,396.16
(+) Depreciaciones		Q24,957.00	Q24,957.00	Q24,957.00	Q14,348.16	Q14,348.16
(-) Amortizaciones		0	0	0	0	0
Flujo Neto de fondos	(Q249,675.00)	Q997,136.64	Q1,180,511.11	Q1,388,374.45	Q1,532,159.92	Q1,690,744.32

TIR	417%
VA	Q2,398,530.89
VAN	Q2,148,855.89

TIR: La tasa interna del retorno es de 417%, por lo que es mayor al trema proyectada de 43%, lo que no da un resultado favorable para el proyecto.

VAN: El valor actual neto nos da un valor positivo y mayor a O, al restarse de la inversión, lo que indica que el proyecto es capaz de generar flujos que al valor actual descontando a la del trema sugerida, sigue siendo positivo.

6.13 Punto de equilibrio

D´FLOWERS
PUNTO DE EQUILIBRIO

	PROMEDIO MENSUAL	ANUAL
VENTAS	Q181,250.00	Q2,175,000.00
COSTOS VARIABLES	Q49,974.17	Q599,690.00
COSTOS FIJOS	Q41,198.36	Q494,380.36
CONTRIBUCION MARGINAL	Q131,275.83	Q1,575,310.00
MARGEN DE CONTRIBUCION	72%	72%
PUNTO DE EQUILIBRIO	Q56,881.78	Q682,581.39
PRECIO DE VENTAS UNITARIO	Q125.00	Q125.00
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES (Docenas)	455	5,461

Para que la empresa pueda llegar a su punto de equilibrio mensual, necesita vender 455 docenas al precio de Q 125.00 cada docena. Para que llegue a su punto de equilibrio anual debe vender 5,461 docenas al precio de Q125.00 cada docena.

CONCLUSIONES

1.- Se determinó la viabilidad y la rentabilidad financiera del proyecto a nivel perfil de comercializar rosas impresas en la Ciudad de Guatemala.

2.- Se estableció el posicionamiento en el mercado de rosas impresas en la Ciudad de Guatemala por ser un producto innovador y diferente a lo que actualmente hay en el mercado. La demanda y la oferta es estable, y existen picos en los meses de febrero y mayo. El precio de venta de es de Q125.00 sin IVA y es un precio estable, ya que el canal de distribución es muy corto con solo un intermediario (las floristerías).

3.- Se determinó que se tiene capacidad de producir y vender 300 docenas de rosas semanales, lo cual es apropiado para la demanda que se espera atender.

4.- Se determinó el personal necesario para la operación del proyecto, con un organigrama pequeño de solo cinco personas más dos *outsourcing* (contador y seguridad), la empresa será individual bajo el marco tributario del 5% mensual, y el IVA del 12% mensualmente también.

5.- Gracias a los productos a utilizar para la transformación de una rosa impresa, y la no utilización de productos tóxicos, no afectamos al medio ambiente y así se contribuye a la misma.

6.- Se establecieron los indicadores económicos del proyecto ¨Evaluar a nivel de perfil, la factibilidad de comercializar rosas en la Ciudad de Guatemala¨ con una TIR del 417%, lo cual fue mayor a un trema esperado del 43%, y un VAN de Q2,148,855.89, observando en el flujo de caja que la inversión se recupera el primer año de operaciones. Lo que confirma que el proyecto técnicamente y financieramente, es viable y rentable.

RECOMENDACIONES

1.- Aunque se determinó la viabilidad del proyecto de la comercialización de rosas impresas en la Ciudad de Guatemala, ya que fue a nivel de perfil, por lo que se deberá profundizar más el estudio para ver la viabilidad al 100%

2.- Aprovechando que es un producto nuevo e innovador, tiene mucha oportunidad en el mercado, para que en un futuro también se pueda crear un canal de distribución diferente y llegar al consumidor directamente, eso ayudaría a tener un precio de venta diferente y tener un margen de utilidad más alto, aprovechando los meses picos como febrero y mayo donde las ventas son mayores.

3.- Se recomienda revisar periódicamente el volumen de producción, para renovar el equipo a uno con mayor capacidad de producción.

4.- Teniendo en cuenta que el personal administrativo es poco y fácil de manejar, se recomienda tenerlos bien incentivados y hacerles ver que son parte de la empresa y no empleados para que puedan rendir al máximo y no necesitar o incrementar el personal. Aunque es una empresa individual, por los costos de la constitución que son bajos, por el nivel ingresos, ganancias y efectivo que ella misma manejaría, en un futuro se podría convertir en Sociedad Anónima, para protección de la misma.

5.- Ya que es un producto que no contamina, se debe aprovechar para usarlo como herramienta de mercado y realizar unas etiquetas que indiquen que la empresa se preocupa por nuestra casa el planeta, y por eso mismo no lo contamina.

6.- Los indicadores económicos demostraron que el proyecto era más que factible técnicamente y financieramente, con un TIR del 417%, y un VAN de Q2,148,855.89 positivo. Sin embargo, se recomienda profundizar en el estudio antes de hacer cualquier inversión, ya que el proyecto fue realizado a nivel perfil.

BIBLIOGRAFÍA

Casia, Mónica, **Guía para la preparación y Evaluación de proyectos, con un enfoque administrativo.** Editorial Corporacion JASD. Guatemala, C.A-

Koontz & O´Donnell. **Curso de administración Moderna**, MC- GRAW HILL

http://www.maga.gob.gt (Fecha de consulta julio18, 2009 16.00horas)

http://www.infomipyme.com (Fecha de consulta agosto 16, 2009 11.00 a.m.)

http://www.minicob.gob.gt (Fecha de consulta agosto 20, 2009 20 horas)

http://www.manuelmorales.net (Fecha de consulta agosto19, 2009 19 horas)

GLORARIO

Bunches: Paquete de rosas de 24 tallos

Demanda: Cantidad de bienes o servicios que un segmento requiere o solicita.

Depreciación: Disminución del valor de una propiedad o artículo, a través del uso
Y del paso del
tiempo.

Docena: Conjunto formado por doce elementos

Encuesta: Método sistemático para reconocer lo sentimientos, gustos, preferencias,
Actitudes de nuestro mercado
meta.

Finca: Lugar o sitio donde se siembra o cosecha algún producto.

Invernadero: Es una construcción de vidrio o plástico en la que se cultivan plantas,
A mayor temperatura que en el exterior.

Inversión: Adquisición de medios para iniciar operaciones de un proyecto.

Margen de contribución: Exceso del ingreso total sobre los costos variables, es la parte que se
Piensa poner como ganancia por cada unidad que se vende.

Materia Prima.	Producto para la transformación de cualquier otro producto.
Objetivo:	Un propósito o meta que se propone a cumplir en un lapso definido de tiempo.
Oferta:	Cantidad de bienes que pueden ser vendidos.
Outsourcing:	Personal que trabaja fuera de planilla o nomina, es un servicio independiente.
Porcentaje:	Cantidad mínima que se cobra por el uso del dinero.
Proyección:	Hacer una predicción de lo que se piensa según el análisis de un determinado número de variables, por ejemplo se puede hacer para gastos e ingresos.
Punto de Equilibrio:	Punto en que vendemos exactamente lo que nos piden o demandan nuestros Clientes y en donde se cubren todos los costos de la empresa.
Sentimiento	Es el resultado de una emoción, a través del cual, el consciente tiene acceso Al estado anímico propio.
Sweetheart:	Variedad de rosa pequeña
Tallo:	Parte de las plantas que sostiene las hojas, flores y frutos

Tasa Interna de Retorno:	Tasa que iguala la inversión inicial al valor presente de los flujos futuros Provenientes de dicha inversión.
Trema:	Expresa lo que los accionistas desean ganar sobre su capital para seguir Invirtiendo en la empresa.
Utilidad Bruta:	Es la ganancia que se obtiene antes de restarle el impuesto sobre la renta.
Valor Actual Neto:	Diferencia entre el valor actual de los flujos de fondos que suministrará una Inversión y el desembolso inicial necesario para llevarla a cabo.

Anexos

LISTA DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS EJECUTADOS EN EL PROYECTO DE GRADUACIÓN

Al entregar su informe final del trabajo de investigación, debe acompañar esta hoja debidamente llenada y firmada.

Si hay más de 2 elementos que no puede verificar haberlos cumplido dentro de su proyecto, entonces haga las correcciones necesarias para poder entregar dicho informe.

La no presentación de esta lista automáticamente anula la recepción del informe final del proyecto de graduación.

__Yo tengo una página de portada exterior e interior en el proyecto.
_Yo incluí un índice que indica los contenidos con el número de página correspondiente.
__Yo incluí un resumen ejecutivo del documento exclusivamente para el proyecto.
__Yo seguí las recomendaciones del instructivo para la elaboración y presentación de proyecto.
__Yo usé referencias bibliográficas y las cité conforme el instructivo.
__Yo incluí en la bibliografía, cada referencia que mencioné en el texto.
__Yo utilicé al final tablas y figuras y otro tipo de documentos de soporte.
__Yo utilicé estadísticas para respaldar mi investigación.
__Yo tengo de 25 a 30 páginas de texto en promedio.
__Yo redacté mi proyecto con una secuencia y orden lógico de presentación.
__Yo no utilicé otras formas diferentes de presentación a la aprobada por AIU.
_ Yo utilicé un lenguaje sencillo, claro y accesible para todos.
__Yo utilicé un revisor de redacción y estilo para la presentación de mi proyecto.
__Yo no violé ninguna ley de propiedad intelectual o de derechos de autor al copiar materiales que pertenecen a otra persona.
__Yo afirmo por este medio que el proyecto es totalmente mi propia investigación.

Nombre del estudiante: _____
Firma del estudiante. _____ Fecha: _____