



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MÉXICO**



FACULTAD DE ECONOMÍA

***“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN
DE FLORES DE CORTE EN VALLE DE BRAVO, ESTADO DE
MÉXICO”***

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ECONOMÍA

PRESENTA:

TERESA DOMINGA ALICIA FLORES JARAMILLO

ASESOR:

DR. EN A. HÉCTOR RUIZ RAMÍREZ.

REVISORES:

DRA. EN C. ED. MARIA DEL CARMEN GOMÉZ CHAGOYA

MTRA. D. N. NOELLY SARRACINO JÍMENEZ

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO

DICIEMBRE 2017

Índice

Introducción.....	7
Capítulo I. Marco Conceptual	10
1.1 Definición del Proyecto de Inversión	10
1.2 Tipos de Proyectos.....	10
1.3 Etapas del proyecto de Inversión	12
1.4 Evaluación del proyecto	20
Capítulo II. Estudio de Mercado	25
2.1 Análisis del consumidor.....	27
2.2 Proyección de la Demanda	40
2.3 Análisis de la oferta	43
2.4 Precio	48
2.5 Comercialización	51
Capítulo III. Estudio Técnico.....	53
3.1 Materia Prima e insumos.....	53
3.2 Tamaño de la empresa	57
3.3 Localización	58
3.3.1 Macrolocalización.....	59
3.3.2 Microlocalización	60
3.4 Proceso Productivo	62
3.4.1 Proceso productivo de los arreglos florales.....	64
3.4 Mobiliario y equipo	67
3.5 Lay out	72
Capítulo IV. Estudio Organizacional	77
4.1 Marco Legal	77
4.1.1. Tipo de Sociedad	78
4.1.2 Constitución de la Empresa	80
4.2 Régimen fiscal.....	82
4.3 Marco Normativo Laboral	83

4.4 Organización	84
4.4.1 Organigrama	85
4.4.2 Descripción de Puestos.....	86
Capítulo V. Estudio Financiero	88
5.1 Inversión Total.....	88
5.1.1 Inversión Fija	89
5.1.2 Inversión Diferida	90
5.1.3 Capital de Trabajo	92
5.2 Financiamiento	93
5.3 Depreciaciones y Amortizaciones	93
5.4 Presupuestos de Operación	95
5.4.1 Presupuesto de Ingresos	98
5.4.2 Presupuesto de Costos y Gastos	99
5.5 Punto de equilibrio.....	102
5.6 Estados Financieros Proforma	105
5.6.1 Estados de Resultados	105
5.6.2 Flujo de Efectivo	107
5.7 Evaluación financiera del proyecto.....	109
5.7.1 Flujo Neto de Efectivo	109
5.7.2 Costo de Capital o Tasa de Rendimiento Mínimo Aceptable (TREMA)	111
5.7.3 Valor Presente Neto (VPN)	111
5.7.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)	113
5.7.5 Relación Beneficio-Costo.	114
5.7.6 Tiempo de Recuperación	115
Conclusiones.....	117
Bibliografía	119
ANEXOS	122
ANEXO 1 Encuesta.....	122
ANEXO 2 Índice de Gráficos, Tablas, Imágenes y Figuras.....	125
Índice de Gráficos	125

Índice de Tabla.....	125
Índice de Imágenes.....	126
Índice de Figuras.....	126

Introducción

El presente trabajo describe un proyecto de inversión que dará inicio a una empresa cuyo fin será la comercialización de flor de corte en el municipio de Valle de Bravo Estado de México.

Un proyecto de inversión, como se menciona en su definición nace de una necesidad humana, de un área de oportunidad que no está, ni ha sido aprovechada, siendo así como se da inicio a una idea para emprender.

Para poner en práctica la idea de un negocio es necesario conocer todo su entorno: cultura, área geográfica y la población.

La puesta en marcha requiere una investigación ardua para así reducir el nivel de incertidumbre que pueda existir sobre la idea nueva.

La principal inquietud para iniciar con este proyecto sobre la comercialización de flor de corte en el municipio de Valle de Bravo, Estado de México es que no existen suficientes centros para comercializar la flor, por tal motivo ésta no se vende de manera directa al consumidor final.

Por eso la comercialización de la flor de corte se hará colocando una florería, donde se venderá la flor de manera directa al consumidor, siendo que está solo se comprará directamente a los productores y así se logró que la flor llegué al consumidor final sin que hayan más intermediarios.

El municipio de Valle de Bravo cuenta con las características geográficas y las condiciones climatológicas para poder cultivar varias flores de corte, tales como el girasol y el ave de paraíso, las cuales son plantadas a cielo abierto (no necesitan un invernadero) en el municipio.

Esto ayudará al municipio a mejorar sus percepciones económicas, así como colocarse con más fuerza entre los municipios productores de flor de corte y dando una aportación económica más alta a nivel estatal.

Se pretende que esta flor sembrada en el municipio sea vendida dentro de la florería, para así hacerle promoción, contando siempre con buena calidad y fresca para el cliente.

Se realizó una investigación de campo para conocer la oferta, demanda, precios, competencia directa e indirecta, observando de qué manera trabaja la competencia, conociendo las áreas de oportunidad para poder establecer estrategias donde se ofrezca un servicio de calidad.

El objetivo del presente trabajo es elaborar un proyecto de inversión para comercializar la flor de corte en Valle de Bravo, Estado de México.

Para lo cuál se plantea como hipótesis: en el estado de México hay demanda de flores de corte y un proyecto de inversión para su comercialización es viable técnica y financieramente.

Se brindará el mejor servicio para poder crecer y consolidarse como una de las mejores florerías de Valle de Bravo en un mediano plazo, sobresaliendo tanto en calidad, servicio, precios competitivos, arreglos frescos y diseños innovadores, para satisfacer las necesidades del cliente.

El proyecto de inversión consta de cinco capítulos en los que se realizarán los estudios fundamentales para saber si este proyecto es viable o no.

En el capítulo primero se encontrará la definición de un proyecto de inversión, los tipos de proyectos, las etapas por las cuales pasará este y al final los conceptos que nos ayudarán a la evaluación del proyecto.

En el capítulo segundo se describen los principales conceptos utilizados para realizar la evaluación como: el objeto de estudio, objetivos, producto, demanda, oferta, análisis de precios y su proceso de distribución del producto.

En el capítulo tercero se revisará el tamaño óptimo de la planta, ubicación, ingeniería del proyecto y se considerarán las especificaciones de maquinaria y equipo.

En el capítulo cuarto se explican las características de la empresa, la cantidad y habilidad del personal que participará en el proyecto (administrativo, de planta, de transporte de ventas, entre otros).

En el capítulo quinto se describe la determinación de los costos del proyecto de inversión como: producción, administración, transporte, mercadotecnia, publicidad, ventas, la inversión total, tanto depreciación como amortización de los activos, capital de trabajo, el punto de equilibrio, los estados de resultados proforma. Se realizarán los cálculos necesarios para conocer el valor del proyecto así como su valor presente neto, tasa interna de rendimiento, evaluación económica con el flujo neto de efectivo, cálculo de la tasa de rendimiento mínima aceptable, la relación beneficio costo y tiempo de recuperación de la inversión.

Capítulo I. Marco Conceptual

1.1 Definición del Proyecto de Inversión

Un proyecto de inversión: es una búsqueda de la solución de un problema, el cual necesita una inversión de capital, así también un plan de trabajo que nos guía para la obtención de beneficios y ganancias, para poder realizar una correcta asignación de los recursos (Núñez, 2014).

Un proyecto de inversión según la ONU es una unidad de actividades que requiere del uso de recursos escasos en el corto plazo, sacrificando beneficios actuales, con el fin de obtener beneficios superiores en un largo plazo (Mungaray & Ramírez, 2004).

Desde la visión de un empresario el proyecto de inversión es un instrumento que evalúa las ventajas de un determinado uso de recursos, identificados como capital, tierra y capacidad empresarial (Mungaray & Ramírez, 2004).

Los proyectos de inversión son necesarios para la producción a escala de varios bienes y servicios, los cuales en un futuro satisfagan las necesidades de la población.

1.2 Tipos de Proyectos

Los tipos de proyectos de inversión de acuerdo con Núñez (2014) se clasifican respecto al tipo de sector, de la siguiente forma:

Agropecuario: son los que se encauzan en el sector primario y no implican ninguna transformación.

Industrial: son los que se enfocan en el sector secundario e implica la transformación del bien.

De servicios: son los que se dirigen al sector terciario.

También existe la clasificación de los proyectos de inversión de acuerdo al tipo de función que desempeñan.

Proyectos de renovación. Se realizarán con el fin de sustituir equipos, instalación o edificaciones obsoletas por nuevos elementos productivos.

Proyectos de modernización. Estos se efectúan para mejorar la eficiencia de las empresas tanto en la fase productiva como de la comercialización en resumen mejora la eficiencia operacional.

Proyectos de expansión. Se realizan para satisfacer una demanda creciente de los productos de la empresa.

Proyectos estratégicos: Afectan la esencia misma de la empresa.

La tipología de proyectos se divide según la finalidad del estudio; ya sea la rentabilidad del proyecto, el beneficio del inversionista, la capacidad de pago, el objeto de la inversión, la creación de un nuevo negocio y el proyecto de modernización (Sapag, 2011).

Las inversiones pueden clasificarse en productivas, donde lo importante es aumentar la cantidad de recursos para la fabricación de más productos y las improductivas, donde lo importante es aumentar el monto de recursos monetarios que poseen los individuos (Núñez, 2014).

Existen diferente tipos de inversión: las dependientes son aquellas que requieren de otra fuente de inversión, estas también pueden llamarse complementarias ya que cuando realizan dos inversiones juntas ocasionan un efecto sinérgico en la rentabilidad; independientes se pueden realizar sin depender ni afectar o ser afectadas por otros proyectos y mutuamente excluyentes donde aceptar uno implica que se haga el otro o lo hace innecesario (Sapag, 2011).

1.3 Etapas del proyecto de Inversión

Existen cuatro etapas en el proyecto de inversión: generación de la idea, estudios de preinversión, inversión para la implementación del proyecto y la puesta en marcha y operación (Mungaray & Ramírez, 2004).

La primera etapa consiste en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios o de posibles mejoras, así como la identificación de opciones para la solución de problemas y el diagnóstico de la situación actual. Debe definirse la relevancia (su impacto) al igual que su permanencia, se revisan las ventajas diferenciadoras, la cobertura diferenciada, las ventajas geográficas así como los cambios en el entorno (Baca, 2013).

En la etapa de preinversión se define el problema presentando, un estudio de mercado sobre la demanda, la oferta y el déficit, la identificación de las alternativas, el cálculo de los indicadores, los beneficios-costos, por último la selección de opciones que ayudarán a obtener la información suficiente y necesaria para tomar la mejores decisiones (Mungaray & Ramírez, 2004).

Al mismo tiempo en este estudio de preinversión corresponde buscar la viabilidad del proyecto, revisando el perfil (basado en la información secundaria de tipo cualitativo), la prefactibilidad (proyecta los beneficios y costos todo de manera cuantitativa) y la factibilidad (se genera de la misma fuente de la información).

Los niveles de prefactibilidad y factibilidad proyectan tanto los costos como los beneficios a largo tiempo pero para llegar a la factibilidad del proyecto se utilizan algunas estrategias como: la persuasión potencial, las ventajas del producto, la coacción en la que se requiere de mayores recursos para potencializar la marca, el producto o el servicio y la distracción donde se agrega un complemento promocional (Núñez, 2014).

Para el estudio de la factibilidad es necesario conocer el objetivo del proyecto en donde se hará el análisis de mercado, técnico, económico financiero y la evaluación, dando así como resultado un resumen y conclusiones (Sapag, 2011).

Los objetivos del proyecto se definirán conociendo tanto la oferta como la demanda, si existe un mercado ya establecido o se innovará con uno nuevo, demostrando que se cuenta con los insumos, materia prima, equipo, sin olvidar el mobiliario necesario que logre la rentabilidad esperada, por último estar consciente de las limitantes y variaciones que puede haber en el proyecto.

El estudio de mercado ayudará a comprobar la existencia de una necesidad insatisfecha, determinar la cantidad de productos o servicios que podrán abastecer a la nueva empresa, lo que estarían dispuestos a comprar y a que precio también para conocer los medios a través de los cuales llegaría el bien o servicio y los riesgos del producto o servicio al poner en marcha el proyecto (Núñez, 2014).

En el estudio de mercado definimos el problema, después especificamos las necesidades y las fuentes de información.

Las fuentes de información se dividen en: primarias es una información directa (clientes, vendedores, comerciante) y secundarias la información recabada de terceras personas (revistas, censos, anuarios, informes, estudios, entre otras), se utilizan algunas técnicas como las encuestas, entrevistas y más (Núñez, 2014).

El estudio de mercado tiene como fin colocar el producto o servicio en el lugar correcto, con la promoción adecuada y el precio accesible.

El mercado es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados (Baca, 2013).

Del mismo modo se revisará si en el mercado existe un producto o servicio semejante, ubicar a los productores y consumidores de estos. Referente a la materia prima el localizar a los proveedores para así conocer que insumos ofrecen, sus costos y el envío de la mercancía.

El producto será un bien o servicio que satisfaga necesidades de un segmento de la población, será necesario definir los subproductos, productos sustitutos o productos complementarios; que sean competencia del producto.

Se revisará el precio del bien o servicio que se ofrecerá seleccionando la mejor opción para colocarlo en el mercado ya sea basado en un promedio de precio de venta o cuanto estaría dispuesto a pagar el consumidor, basado en los objetivos de la empresa que invertirá en el proyecto (Fernández, 2007).

La demanda se definirá como: “las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado” (Rosales, 2000,p.25).

Para poder definir la demanda es necesario tomar en cuenta la información primaria y secundaria dándole tratamiento estadístico y econométrico. Una manera será por medio del consumo nacional, el cual es la suma algebraica de la producción nacional del producto o servicio más las importaciones menos las exportaciones. Si no se encontrarán datos será necesario utilizar la información de las encuestas y cuestionarios (Núñez, 2014).

El análisis debe de establecer la demanda satisfecha siendo aquella que lo ofrecido es exactamente lo que necesita el mercado y la demanda insatisfecha es en la cual lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir el mercado.

Se define la oferta como: “las distintas cantidades de un servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniendo las demás determinantes invariables” (Rosales, 2000,p.40).

Los principales factores que determinan la oferta son: los precios que el producto o servicio puede alcanzar en el mercado, la tecnología utilizada, los impuestos directos e indirectos, los subsidios, el número de empresas que son semejantes a la que se instalará o al producto que se producirá, su localización, su capacidad

instalada y utilizada, la calidad y precio, los planes de expansión, la inversión fija, el número de trabajadores entre otros (Sapag, 2011).

El precio se define como la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender sus productos y los compradores están dispuestos a pagar un bien o servicio, considerando un porcentaje de ganancia para el productor (Baca, 2013).

Los precios se determinarán dependiendo del tipo de mercado algunos como: el oligopsonio (pocos compradores, muchos vendedores) la demanda tiene más fuerza que la oferta para determinar el precio, el monopsonio (un comprador, muchos vendedores) la demanda tiene toda la fuerza para determinar el precio, el oligopolio (muchos compradores, pocos vendedores) la oferta tiene más fuerza que la demanda, el monopolio (muchos compradores, un vendedor) la oferta tiene toda la fuerza para determinar el precio (Núñez, 2014).

Los precios se pueden clasificar en: precios internacionales estos se aplican a importaciones o exportaciones, precio regional externos este rige una parte del continente, precio regional interno se aplica dentro de una región del país, precio nacional este aplica en todo el país y el precio local solo se vende en una localidad o ciudad (Núñez, 2014).

La comercialización es un proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes del productor al consumidor, donde involucra actividades tales como compra ventas al por mayor y al por menor, cuya regla de oro para la comercialización es: presentar un producto de buena calidad que tenga presencia en el mercado y cuyo volumen de producción para cubra los compromisos (Núñez, 2014).

La comercialización permite que el producto o servicio llegué al consumidor, ya que no es una simple transferencia sino un beneficio de tiempo donde se ofrecerá un sitio y momento adecuado para una satisfacción al consumidor.

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio para dar al consumidor la satisfacción que él desea con la compra realizada (Baca, 2013).

Los intermediarios son personas físicas o morales que se encargan de llevar el producto al consumidor, cumpliendo en tiempo y lugar. Existen dos tipos de intermediarios: los comerciantes y los agentes, los primeros adquieren el título de propiedad de la mercancía, mientras que los segundos sólo sirven de contacto entre el productor y el vendedor (Baca, 2013).

Algunos beneficios de los intermediarios consisten en: colocar el producto en el momento adecuado, concentrar una gran cantidad de productos haciéndolo llegar a los lugares más alejados, acercar el mercado a cualquier tipo de consumidor asumiendo los riesgos de la transportación, conocer a detalle los gustos de consumidor y pide que se realice la cantidad que podrá colocar en el mercado; estos compran grandes volúmenes de mercancía y también otorgar créditos al consumidor (Baca, 2013).

El estudio técnico se subdivide en: análisis y determinación del tamaño de la planta, la ubicación óptima del proyecto, el análisis del costo y disponibilidad de los insumos, suministros y la ingeniería del proyecto (Núñez, 2014).

Respecto al análisis y determinación del tamaño de la planta, es necesario considerar la demanda del bien o servicio, disponibilidad de materia prima, la tecnología, los equipos (maquinaria) y el financiamiento.

Para el análisis de la ubicación óptima del proyecto, se revisarán los factores cuantitativos como el costo del transporte de las materias primas, costo del envío de la producción. Los factores cualitativos como cambios climáticos, comportamiento de la población, apoyos fiscales y más.

El análisis del costo, disponibilidad de los insumos y suministros, se pueden revisar evaluando los costos de las materias primas así como las maquinarias a utilizar.

En la ingeniería del proyecto se revisa y describe el proceso de producción por el cual pasará la materia prima hasta llegar a su entrega final con el consumidor, se revisará la instalación hasta la puesta en marcha de la empresa, la compra de la maquinaria e igualmente el equipo necesario para la producción del bien o servicio.

También en los estudios de factibilidad deben considerar el aspecto organizativo, administrativo y legal, en la implementación del proyecto es necesario conocer el tipo de razón social que tendrá, los permisos o licencias, el convenio con la Secretaría del Trabajo y demás trámites (Núñez, 2014).

La implementación es la etapa de inversión donde se materializa todo lo que se necesita para la puesta en marcha del proyecto. Dividiéndose en dos fases: la primera, es el diseño de arquitectura, ingeniería y presupuesto detallados. La segunda, es la ejecución de obras (Núñez, 2014).

La puesta en marcha es la operación del proyecto en donde se indica cómo fue la generación del producto, bien, servicio o se buscó colocar mejoras a la empresa, la operación y el funcionamiento del proyecto (Núñez, 2014).

Sin duda el análisis económico financiero comienza con la determinación del costo total de la inversión inicial, las depreciaciones y amortizaciones, el capital de trabajo, los estados de resultados proforma como el financiamiento, así también la evaluación del dinero a través del tiempo (Núñez, 2014).

El estudio económico financiero contempla los ingresos, los costos financieros (tabla de pago de la deuda), costos totales producción- administración- ventas – financieros, inversión total tanto fija como diferida, depreciación y amortización, capital de trabajo, con todos estos elementos se realizan los estados de resultados pro- forma (balance general, estado de resultados) por último se calcula el punto de equilibrio (Baca, 2013).

En el estudio económico se toman en cuenta los métodos de evaluación del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto (Baca, 2013).

Para realizar el estudio económico definiremos al costo como “un determinado desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costo hundidos), costo presente (inversión), en futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad)” (Baca, 2013,p.171)

Los costos se pueden clasificar de acuerdo con Núñez (2014) en:

Costos de producción: conformados por los gastos de las materias primas, mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales indirectos, mantenimiento, depreciación y amortización.

Costos de administración: los sueldos del personal administrativo y los gastos de las oficinas administrativas.

Costo de ventas: son aquellos en los que incurre la empresa para hacer llegar el producto o servicio al consumidor final sumado a esto lo relacionado con la mercadotecnia y la publicidad.

Costos financieros: los que la empresa debe pagar por los intereses relacionados con la obtención el capital en préstamo.

La inversión total contempla los activos fijos y diferidos. Los activos fijos son: las mercancías propiedad de la empresa como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos y herramientas. Los activos diferidos que son: las patentes, la marca, los diseños, los nombres comerciales, la asistencia técnica, transferencia de tecnología, gastos de instalación (electricidad, agua, teléfono), servicios notariales, estudios de ingeniería, administración y capacitación (Núñez, 2014).

La depreciación y la amortización se aplica a los equipos y activos tangibles, la depreciación corresponde a la pérdida de valor promedio de un activo fijo por una

año transcurrido; esta se aplica a los activos fijos en cambio, la amortización es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión (Sapag, 2011).

El capital de trabajo financia la producción antes de que la empresa comience a recibir ingresos, de forma aritmética es la diferencia entre activo circulante y pasivo circulante. Está representado por el capital adicional con que hay que contar para el inicio del funcionamiento de la empresa (Baca, 2013).

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables (Sapag, 2011).

La ventaja de utilizar este método es que se cuenta con la información numérica para las funciones de los costos totales e ingresos totales, la desventaja es que no incluye la inversión inicial, es difícil clasificar los costos fijos y variables, por último es una media estática ya que no considera el paso del tiempo (Núñez, 2014).

En el costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) se calcula sumando la ganancia que compense los efectos inflacionarios así como el promedio del índice inflacionario para los próximos cinco años y por último la tasa de crecimiento real del dinero invertido (Baca, 2013).

El costo de capital, se conoce que existen varias fuentes de capital ya sea de inversionistas, personas morales y bancos, la empresa está obligada a pagar una tasa de interés en un plazo acordado.

El estado de resultados (pérdidas y ganancias) es la ganancia real por operar la planta y vender su producción (ya descontando los impuestos), antes de este se realiza el Balance General (Activo – Pasivo = Capital) (Núñez, 2014).

1.4 Evaluación del proyecto

La evaluación económica integra todos los estudios mencionados anteriormente, es decir estudio de mercado, técnico y económico - financiero.

Ayuda a saber cuál es el método de análisis para conocer la rentabilidad económica del proyecto de inversión, para eso es necesario calcular el valor del dinero a través del tiempo.

El Flujo Neto de Efectivo (FNE) se determina con los ingresos a los cuales se les resta los costos de producción obteniendo la utilidad, de la cual se restan los costos de administración, de ventas y financieros para obtener la utilidad bruta. A la utilidad bruta se le restan los impuestos como el reparto de utilidades, lo cual genera la utilidad neta. A la utilidad neta se le suma la depreciación y la amortización por último se resta el pago a principal, obteniendo así el FNE (Baca, 2013).

Mientras mayores sean los FNE mejor será la rentabilidad del proyecto, los FNE para una inversión contienen los montos de depreciación y amortización, ya que representan dinero sobrante. (Núñez, 2014).

De aquí se desprende que la persona que realice la inversión del capital espera una tasa mínima de rendimiento superior a la que le daría un banco por invertir su dinero, el riesgo de está es que no considera el valor real de las ganancias. Una mejor opción será tomar la tasa máxima de rendimiento que otorgarían los bancos en términos reales más una prima por el riesgo (Baca, 2013).

El Valor Presente Neto (VPN) es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, esto es sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivalente a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero (Baca, 2013).

De acuerdo con Núñez, (2014), los tres resultados posibles después de haber aplicado la fórmula del Valor Presente Neto (VPN) son:

Primero el $VPN=0$, no aumenta el patrimonio de la empresa durante el horizonte planeado y la tasa mínima de rendimiento es igual a la tasa de inflación en el periodo.

Segundo el $VPN>0$, no importando el valor positivo monetario del valor presente, se obtiene una ganancia extra después de obtener la tasa mínima de rendimiento para el período en cuestión.

Tercero el $VPN<0$, debe rechazarse la inversión.

Algunas ventajas de este método es la fácil interpretación la cual está dada en términos monetarios, supone una reinversión de todas las ganancias. Por tanto si el $VPN\geq 0$ se acepta la inversión y si $VPN<0$ se rechaza la inversión (Núñez, 2014).

La tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto (VPN) es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial (Núñez, 2014).

Se llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad, es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión. Sabemos que existe una tasa interna de retorno y también una tasa externa de retorno en donde el supuesto de que todas las ganancias se reinvierten, es falso, ya que no es posible por el limitante físico de la empresa (Baca, 2013).

El método costo-beneficio compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión (Sapag, 2011).

Este método fue utilizado en proyectos sociales con apoyo gubernamental, ya que no era necesario que la inversión del gobierno fuera económicamente rentable.

Pero ahora el gobierno busca recuperar la inversión y tener una ganancia que pueda compensar los efectos inflacionarios.

Si la relación beneficio-costos fuera mayor o igual a uno implica que los beneficios siempre serán mayores a los costos.

El Periodo de Recuperación de la Inversión, también se conoce como PP por sus siglas en inglés (Payback Period), consiste en determinar el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de flujos de efectivo futuros que generará el proyecto (Baca, 2013).

Un detalle de este método es que no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, sólo se concentra en la recaudación dentro del periodo de reembolso y la recaudación de años posteriores es ignorada, a pesar de esto el método se sigue utilizando (Baca, 2013).

Existen dos modalidades de este método el exhaustivo y promedio, en el exhaustivo requiere la acumulación de los beneficios y que sean restados de la inversión, hasta que el resultado sea cero en este momento pues en este momento se conoce el período requerido para que se recupere la inversión total y el promedio se podrá usar siempre y cuando los beneficios anuales no varíen sustancialmente del promedio, si sucediera lo contrario, es decir, existiera una alta varianza los resultados serán erróneos.

También existen métodos que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo como lo son las razones financieras de acuerdo con Núñez (2014):

- Razones de liquidez: miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones (pagos), destaca:
 - Tasa circulante: la cual sirve para medir la solvencia a corto plazo de la empresa solo contando con los activos.
 - Prueba del ácido: mide la solvencia a corto plazo sin tomar en cuenta los activos.

- Tasas de apalancamiento: es el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda:
 - Razón de deuda total: es el porcentaje total de fondos provenientes de instituciones de crédito.
 - Número de veces que se gana en interés: mide el grado en que se puede disminuir las ganancias sin provocar un problema financiero, es decir, el ingreso bruto de la empresa debe ser ocho veces mayor que los cargos por intereses e impuestos.
- Tasa de actividad: está se puede aplicar en la evaluación debido a que aún la empresa no inicia con la actividad pero mide la efectividad de la empresa, la tasa de rotación de inventarios, el periodo promedio de recolecciones es la longitud promedio de tiempo que la empresa debe esperar después de hacer una venta antes de recibir el pago en efectivo y la rotación de activo total es la tasa que mide la rotación total de todos los activos.
- Tasa de rentabilidad mide que tan efectiva es la administración de la empresa.

Apoyándose de:

- Tasa de margen de beneficio sobre ventas: se obtiene dividiendo los ingresos netos después de los impuestos entre las ventas.
- Rendimientos sobre activos totales: se obtienen dividiendo la utilidad neta libre de impuestos sobre los activos totales.
- Tasa de rendimiento sobre el valor neto de la empresa: mide el rendimiento de la inversión de los accionistas.

El análisis de sensibilidad es un medio por el cual se conoce que tanto se afecta la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) con cambios en las variables de costos totales, indicadores del estado de resultados, los ingresos, el volumen de producción, el financiamiento por mencionar algunas.

Analizando todos los puntos anteriores se llega a la toma de decisiones del proyecto, tomando en cuenta la parte cualitativa, cuantitativa y la rentabilidad económica de la inversión.

Capítulo II. Estudio de Mercado

En este capítulo se analizan a manera de diagnóstico, las condiciones de la oferta y las áreas de demanda localizadas en el espacio de mercado, revisando los precios y la manera de comercializar la flor. Posteriormente se enmarcan las condiciones presentes del mercado local. Finalmente se analiza si con la información obtenida se confirma la existencia de un mercado potencial para la colocación de una florería en el municipio de Valle de Bravo.

En el campo de la floricultura, México tiene un gran potencial gracias a las favorables condiciones climáticas de algunas regiones para el desarrollo de la actividad y la cercanía geográfica con Estados Unidos, ya que es el segundo consumidor de flores en el mundo, lo cual le permite enviar su producto vía terrestre y mantenerlo en agua, garantizando la calidad de éste, lo que no pueden hacer países que son grandes productores.

El Comité Nacional del Sistema Producto Ornamentales, que se integró el 13 de octubre de 2003 y que a la fecha tiene diez comités estatales, cuenta con un plan rector validado para dar mayor impulso al sector. Este ha dado frutos como la puesta en operación del Mercado Mexicano de Flores y Plantas (FLORACOPIO) en el Estado de México, la Comercializadora Nacional de Plantas de Ornato (CONAFLO) en Morelos y en Colima con Plantas de Ornato de Colima (ORNACOL) (SAGARPA, 2005).

De acuerdo con el Comité Nacional de Sistema Producto Ornamentales de 2003, el tipo de flor que más prefieren los compradores es la rosa, seguido de la gerbera, anturio, liliom, tulipán, crisantemo, gladiola, clavel y los follajes de corte.

México participa de una manera sobresaliente en el mercado de la flor, ya que la mayoría de los productores de flor se encuentran en el Estados de México, Puebla, Morelos y Veracruz, así como en la Ciudad de México, donde se encuentran alrededor del 70% de los floricultores (SAGARPA, 2015).

Actualmente el 90% de la producción de flores es destinada al mercado nacional, el resto es destinado a la exportación.

La producción de flor en México se distribuye de la siguiente manera: 53% en el Estado de México, 17% la Ciudad de México, 8% en Jalisco y Morelos y 6% en Puebla (SAGARPA, 2015).

En el Estado de México los principales productores de flores se encuentran ubicados en los municipios de Villa Guerrero, Tenancingo, Texcoco, Atlacomulco y Coatepec Harinas representando el 72.5%, Villa Guerrero representa el 35.2% del total del estado (INEGI, 2013).

Dicho estado cuenta con cuatro municipios que ocupan 133.7 hectáreas por invernaderos, es decir, un 71.2% a nivel estatal, Villa Guerrero con 746.4 hectáreas, Tenancingo 289.2 hectáreas, Texcoco 158.4 hectáreas y Coatepec Harinas 136.7 hectáreas (INEGI, 2013).

Las plantas destinadas a la decoración se dan por medio de la floricultura, a través del cultivo de plantas como flores de corte, plantas ornamentales, follaje de corte y bulbos de flor. Las plantas se cultivan a cielo abierto (plantas de exterior), en viveros cubiertos o invernaderos (plantas de interior).

El mayor valor agregado en la venta de flores se obtiene en el último eslabón de la cadena de producción, es decir, en las florerías, cuyo negocio es la presentación del producto de manera atractiva y sofisticada al consumidor final, cuyos costos son relativamente bajos.

Para la comercialización de la flor en el municipio de Valle de Bravo se realizará el proyecto de una florería, el cual se llevará a cabo la compra venta de flores, ya sea en arreglos florares o ramos de flores.

Esta florería contará con variedad de flores como rosa, gerberas, claveles, girasoles, avez de paraíso (estás se siembran dentro del municipio), nube, casa blanca, acapulcos, geraneos, gladeolas, margaritas y follajes.

Se venderán las esponjas para los arreglos florales, floreros, coronas. Ofreciendo servicio a domicilio y contando con un catálogo vía electrónica que se actualizará tres veces por semana.

Las flores serán compradas a productores del mismo municipio, Tenancingo y Villa Guerrero.

2.1 Análisis del consumidor

La utilización de flores ha sido asociada a diferentes acontecimientos como: nacimientos, bodas, defunciones, también como días especiales: Navidad, día de San Valentín, día de muertos, graduaciones, xv años, día de las Madres, entre otros, por lo que todo tipo de persona querra adquirir las flores siendo así demandante esta.

La demanda de este proyecto será local, ya que se ubicará en Valle de Bravo, Estado de México.

El segmento de mercado se ubicará en Valle de Bravo, en este las amas de casa serán las principales compradoras de las flores para adornar sus hogares, sin olvidar que existe un jardín de niños, una primaria, así las amas de casa, podrán conocer y comprar la flor.

La muestra es una parte de la población que se ha seleccionado por considerarla representativa, por tal motivo se utiliza un muestreo no probabilístico esta es una técnica de muestreo donde los sujetos son seleccionados por conveniencia y cumplen con las características de: ser amas de casa, que vivan en la cabecera municipal y que les gusten las flores.

Para conocer el mercado se tomó en cuenta los datos del Informe Anual sobre la situación de Pobreza y Rezago Social (CONEVAL, 2010) del cual se obtuvo la cantidad de hogares que hay en el municipio. También basado en el Informe de

los Niveles Socioeconómicos de la distribución del gasto (López, 2009), se muestra la manera en que se clasifica a los hogares, esta es en seis niveles de acuerdo con las siguientes características: vivienda, infraestructura sanitaria, infraestructura práctica, entretenimiento y tecnología, escolaridad Jefe de Familia y Gasto.

El nivel D+ representa el segmento más grande de la población en el municipio, donde se muestra que la mayor parte de su gasto lo invierte en alimentos y pago de servicios.

Con base en las características anteriores se eligió el nivel D+ como mercado potencial al cual pertenece el 35.1% de los hogares que tiene la capacidad económica de adquirir este bien no necesario, es decir 1246 hogares.

Para la obtención de la muestra se aplicó la siguiente fórmula (Pichardo & et al., 1998):

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

n=Tamaño de la muestra valor a calcular

Z= Nivel de confianza (90% 1.645)

p= Variabilidad positiva (50%)

q=Variabilidad negativa

N= tamaño de la población (1246)

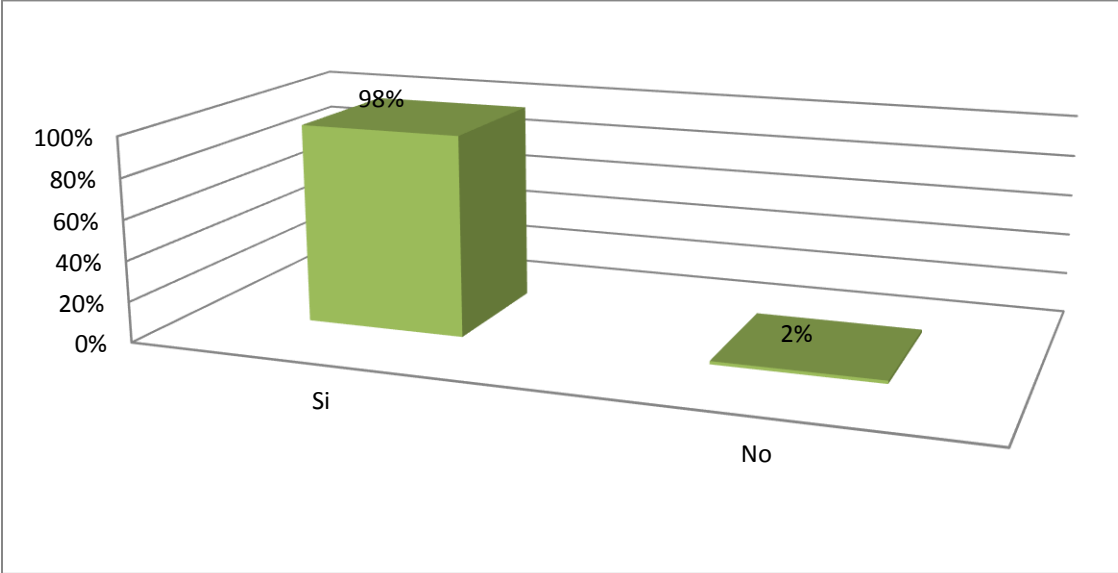
e=Error (10%)

Una vez realizado el cálculo, el resultado obtenido es una muestra de 64.16.

Para conocer nuestro entorno se aplicó una encuesta a nuestra muestra, obteniendo los siguientes resultados:

Para la pregunta número uno de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica, en ella se puede observar que al 98% le gustan las flores y solo el 2% no le gustan las flores. Lo cual indica que existe un mercado potencial en el cual se podrá ofrecer la venta de flores dentro del municipio, las cuales son utilizadas en variedad de ocasiones.

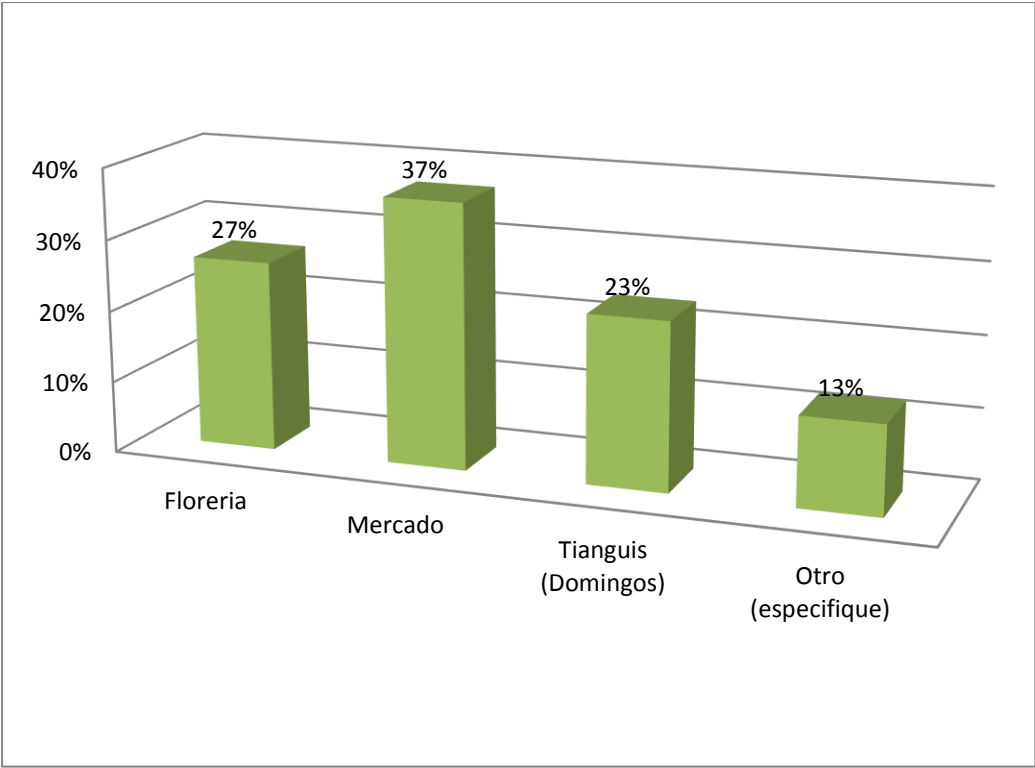
Gráfica 1. ¿Le gustan las flores?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

Para la pregunta número dos de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica, en la cual se observa que el 37% compra las flores en el mercado, el 23% en el tianguis, el 27% en la florería y el 13% en otro lugar. Este resultado muestra que el mejor lugar en donde se puede colocar la florería sería en un local dentro del mercado, aun así el resultado indica que también acudirán a una florería a comprar su flor; debido a que es difícil encontrar un local en el mercado está se colocará en una de las entradas del municipio.

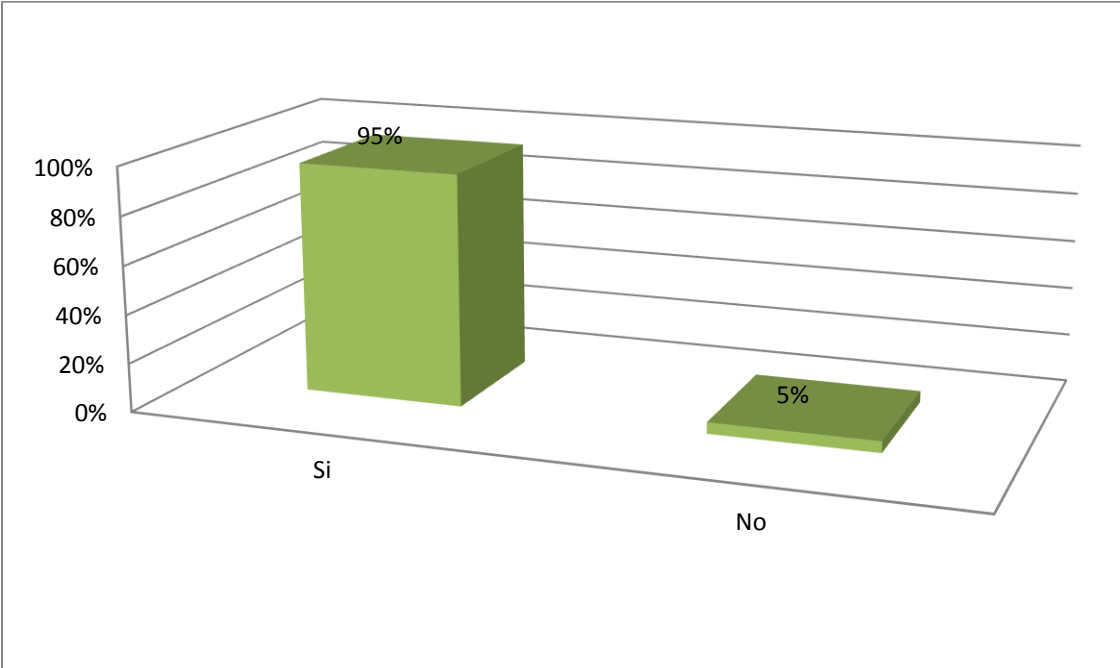
Gráfica 2. ¿Dónde acostumbra comprar las flores?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

En la pregunta número tres de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica: el 95% las atienden bien en el lugar donde compran sus flores y solo un 5% no son atendidas correctamente. El trato que se les da a las personas al acudir a comprar sus flores es atento, por lo tanto en este lugar también se atenderá con amabilidad y ofreciendo un servicio de calidad.

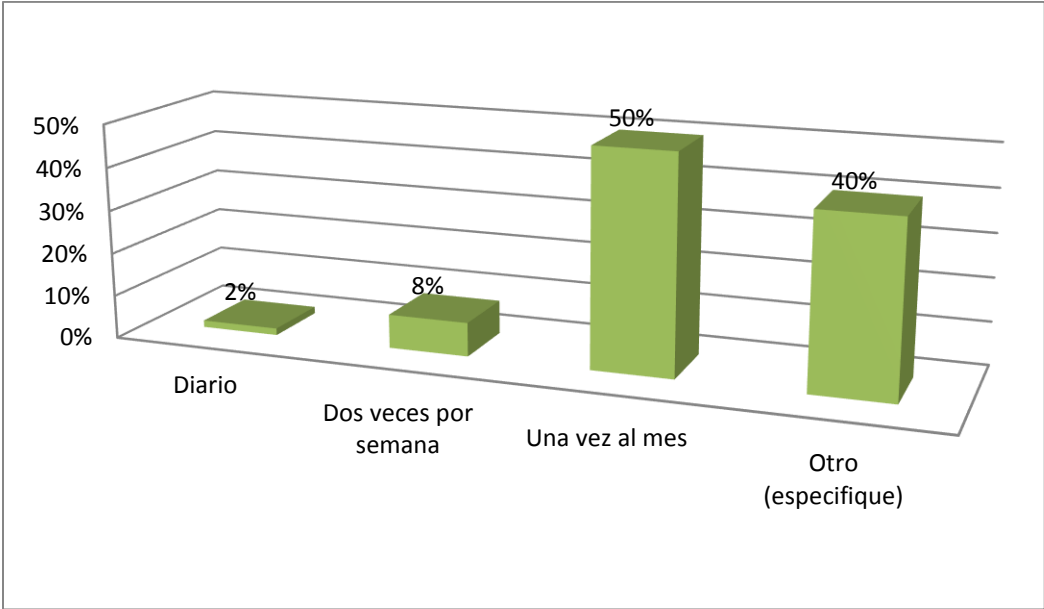
Gráfica 3. ¿El lugar donde acostumbra comprar las flores lo atienden bien?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

En la pregunta número cuatro de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica, el 50% compra flores una vez al mes, 40% en la opción otros especifican que una vez a la semana o en alguna ocasión especial, 8% compra dos veces a la semana y solo el 2% es de manera diaria. El resultado muestra que existirá demanda de flores y por tal motivo se surtirá por lo menos dos veces a la semana para que los clientes adquieran la flor fresca y de buena calidad.

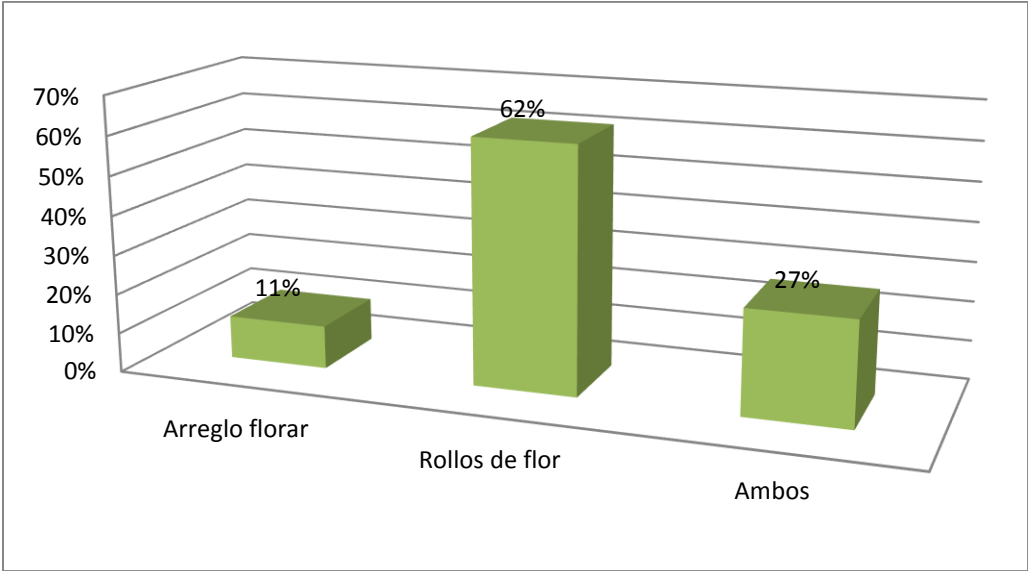
Gráfica 4. ¿Con qué frecuencia compra flores?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

En la pregunta número cinco de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica, el 62% compran la flor en rollos, el 27% compran en rollo y el 11% la adquiere en arreglo floral. Este resultado nos muestra que la mayor parte de los consumidores compran la flor en rollo, dado que es más barata que un arreglo floral, además de que se pueden comprar hasta tres tipos de flores diferentes y un follaje para poder colocar en su casa o local.

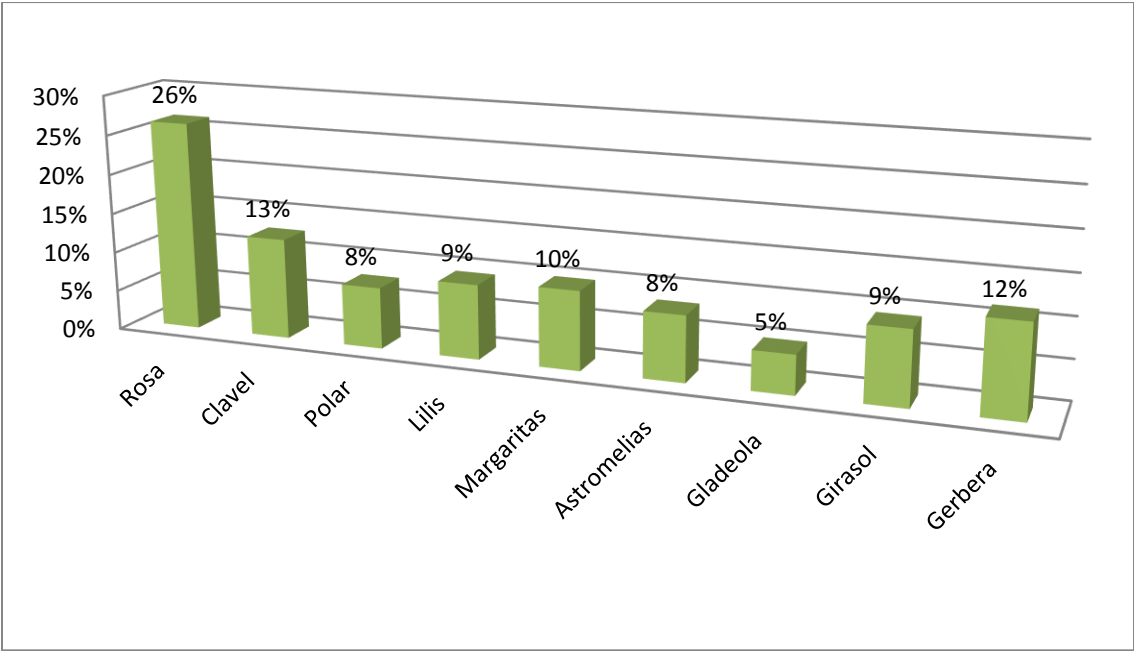
Gráfica 5. ¿Cómo compra la flor?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

En la pregunta número seis de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica, el 26% compra rosa, 13% clavel, 12% gerbera, 10% margaritas, 9% girasol, 9% lilis, 8% polar, 8% astromelias y 5% gladeolas son las flores que compran más, en esta pregunta se podía seleccionar más de un tipo de flor teniendo como máximo seis flores mencionadas en la pregunta. Es claro que nunca podrán faltar rosas, clavel y gerbera, ya que son las más comerciables, así como la margarita y el girasol en temporada.

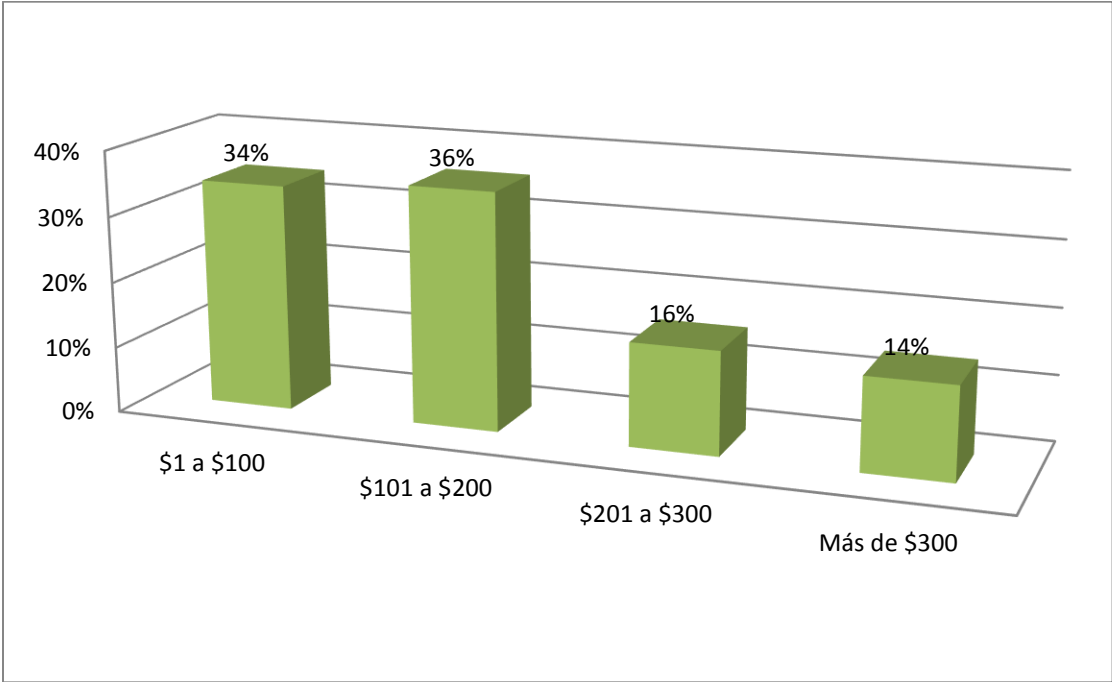
Gráfica 6. ¿Cuál es la flor que más compra?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

En la pregunta número siete de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica, el 36% gastan de \$101 a \$200 en la compra de flor, el 34% de \$1 a \$100, el 16% de \$201 a \$300 y el 14% más de \$300, esto es lo que gastan en la compra de flores mensualmente. El precio de las flores cambia por la temporada, el clima, el alza en los fertilizantes, químicos y combustibles.

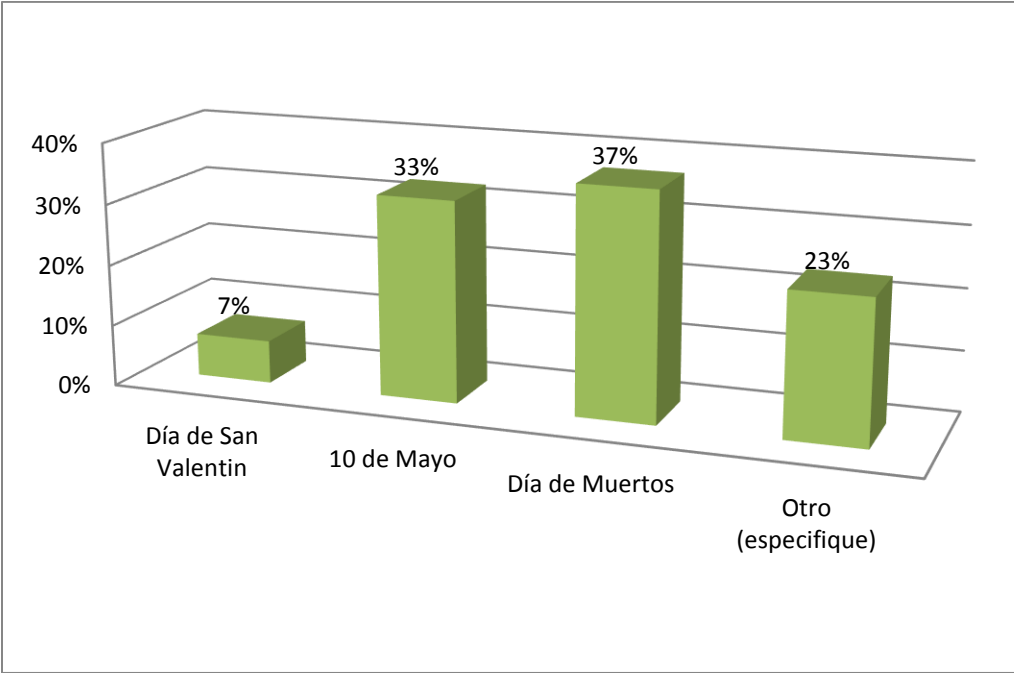
Gráfica 7. ¿Cuánto gasta en la compra de flores mensualmente?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

En la pregunta número ocho de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica, el 37% compran más flor el día de muertos, el 33% el 10 de mayo, el 23% no necesitan una fecha en especial para comprar mucha flor y el 7% el día de san Valentín. El resultado nos indica que en día de muertos es la mejor fecha para la venta de flor puesto que varía la compra ya sea en rollo o arreglos florares seguido del 10 de mayo.

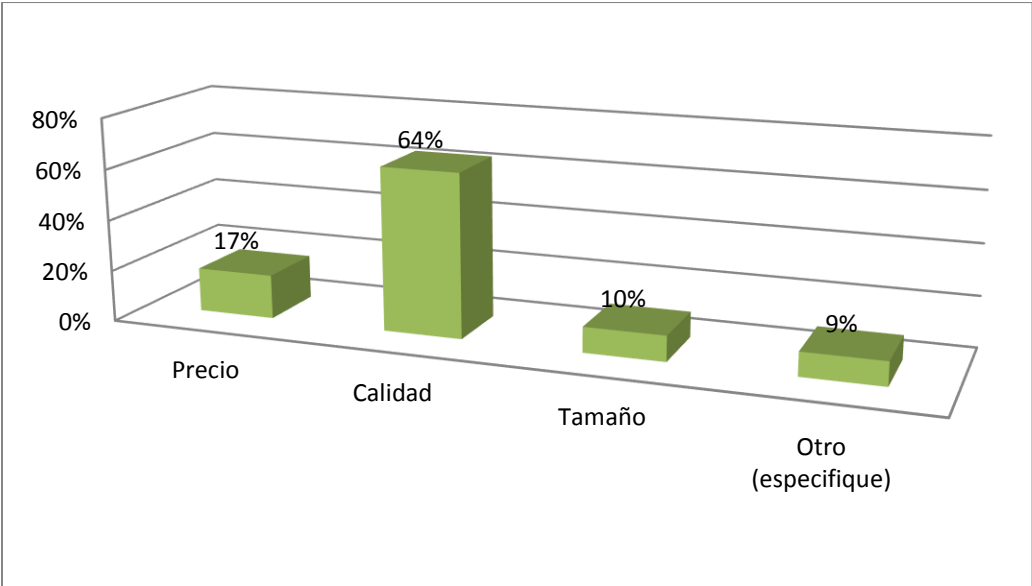
Gráfica 8. ¿En qué fecha compra más flor?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

En la pregunta número nueve de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica el 64% compra la flor por la calidad, el 17% por el precio, el 10% por el tamaño y otro 9% simplemente no se fija ni en tamaño, calidad o precio sino que simplemente las que les gustan y son las que compran. Este resultado nos indica que los consumidores al realizar su compra lo primero que revisan es la calidad de la flor, lo cual para ellos es sinónimo de que la flor durará más tiempo y siempre se verá bonita, por tal motivo el precio no influye como motor de compra.

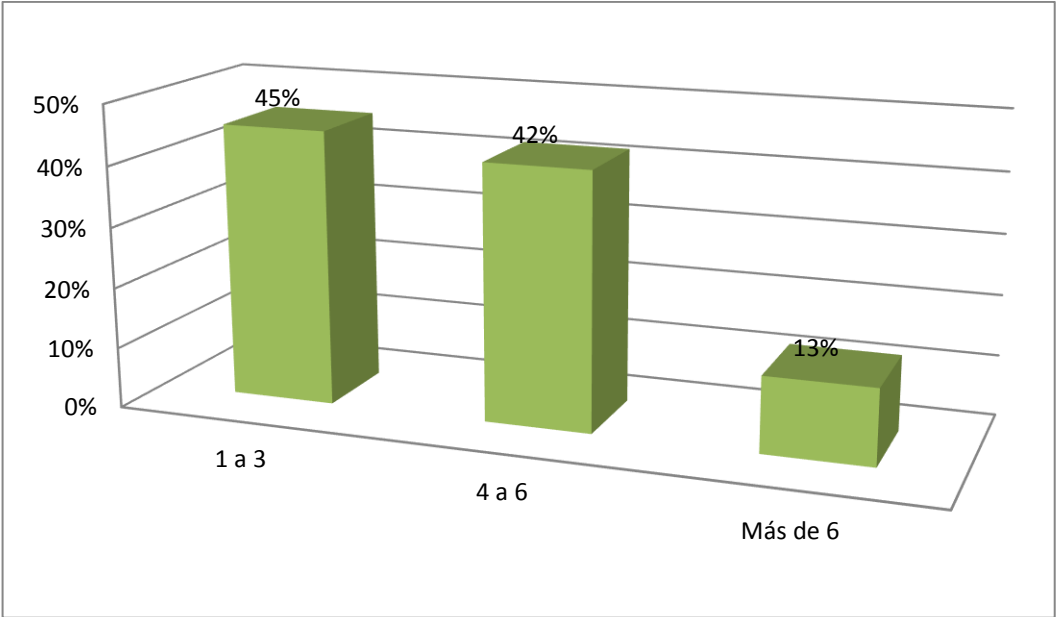
Gráfica 9. Usted compra la flor con base



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

En la pregunta número diez de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica, el 45% conocen de 1 a 3 lugares donde vendan flor, el 42% de 4 a 6 lugares y solo 13% conocen más de 6. Este resultado nos muestra que ya los establecimientos de venta de flores han adquirido clientes y por tal motivo se realizarán promociones para poder ir adquiriendo clientes poco a poco, ofreciendo desde buena calidad y excelente servicio.

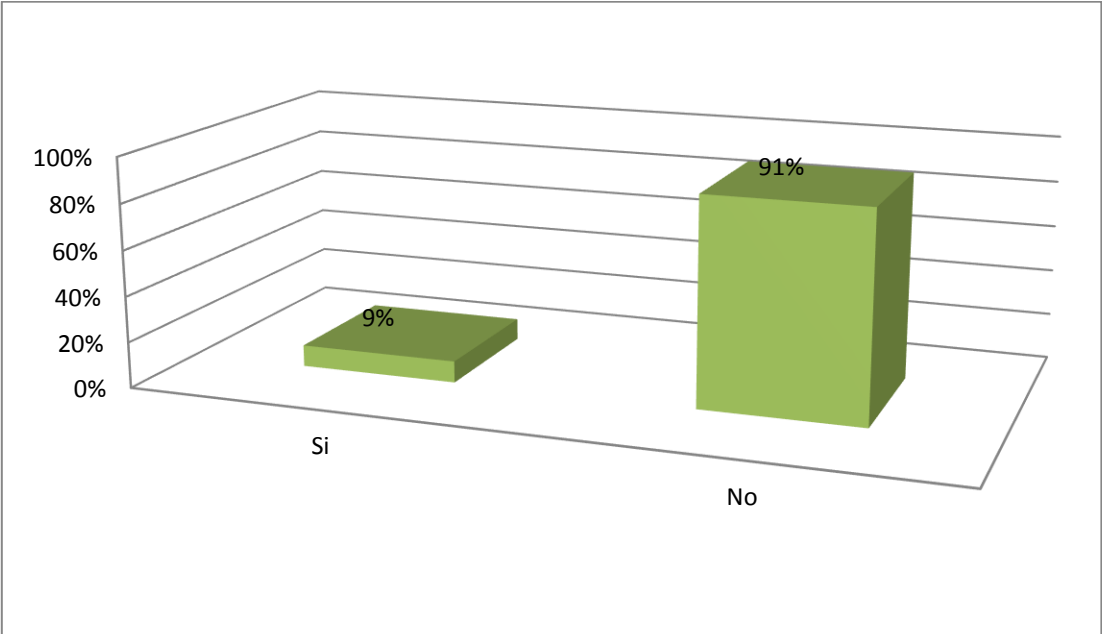
Gráfica 10. ¿Cuántos lugares conoce en Valle de Bravo donde vendan Flor?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

En la pregunta número once de la encuesta aplicada se obtuvo la siguiente gráfica, al 91% no les ofrecen ningún líquido para conservar sus flores y a solo al 9% si les ofrecen un líquido (no se especificó cuál es). Este resultado es un área de oportunidad para darle un plus, ya que se podrá vender este líquido como dando tips para conservar su flor por más tiempo.

Gráfica 11. ¿Le ofrecen algún líquido para conservar por más tiempo la flor?



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta

El objetivo de la encuesta fue recolectar información para conocer si existe demanda de flores, el servicio que dan las florerías existentes y donde pueden comprar arreglos florales como por rollo de flor.

Después de aplicada la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados:

- La encuesta aplicada arroja que a la población si le gustan las flores.
- La mayoría de la población compra las flores en el mercado.
- Al lugar a donde acude a comprar su flor lo atiende correctamente y con amabilidad.
- Compran la flor una mes por vez o dos veces por mes, lo cual muestra que si existe demanda de este producto.
- La mayoría compra la flor en rollitos.
- La flor que más compran es la rosa seguida de la gerbera y el clavel.
- La población gasta de 101 – 200 pesos mensuales.
- El día de muertos es la fecha en la que más compran flor.
- La calidad es la primera característica que buscan al comprar la flor.
- Es necesario que se haga propaganda para que conozcan la florería ya que solo conocen de 1 – 3.
- Una gran oportunidad en el mercado es que no les ofrecen algún líquido para conservar por más tiempo sus flores.

Al aplicar la encuesta obtuvimos que el mercado potencial será de 3551 (CONEVAL, 2010) consumidores (amas de casa), el mercado real será de 1246 consumidores y un mercado meta de diez consumidores diarios, de uno a dos consumidores por hora con un empleado trabajando 8 horas, con un propósito de doscientos cuarenta consumidores mensuales.

2.2 Proyección de la Demanda

En este apartado se revisarán las características más importantes de los posibles consumidores que comprarán la flor en la florería; los clientes potenciales de la florería serán las amas de casa, así también, los trabajadores, jóvenes, personas que desean tener un detalle especial, las personas que quieran decorara un

templo, decorar su local, su casa, su oficina o un arreglo para una tumba (uno de los panteones del pueblo se encuentra a 200 m del local), entre otros, sin olvidar que el cliente se vaya satisfecho después de realizar su compra.

Como se sabe la demanda se modifica por algún incremento o decremento del precio de un bien o servicio, sin embargo también existen otros factores como: el ingreso del consumidor, la cantidad de consumidores, el precio de los bienes complementarios, los precios de los bienes sustitutos, los gustos y preferencias, sin olvidar las expectativas (Sapag, 2011).

Considerando la información anterior, la florería presentará incrementos en la demanda en las temporadas como día de San Valentín, 10 de Mayo, día de muertos, por mencionar algunas.

Con los resultados de la encuesta sabemos que el precio para comprar flores no es el más importante, así que la florería ofrecerá flores de calidad y a precios accesibles, también se conoce la fecha en la existirá más demanda de flores.

Para la demanda es necesario considerar la elasticidad, la cuál se define como un estimador que mide cuánto cambia la cantidad demandada cuando se modifica cualquier factor (precio, cantidad...), la demanda de un bien puede ser: elástica cuando el cambio porcentual en el consumidor es mayor que la variación porcentual del precio, inelástica cuando el cambio en el consumo es poco sensible ante cambios en el precio o elasticidad unitaria donde el cambio porcentual en la cantidad demandada es igual al cambio porcentual del precio (Sapag, 2011).

Para los productos que se ofrecerán en la florería presentan una baja elasticidad, ya que se trata de un bien no necesario, las variaciones que puedan llegar a tener en su precio serán poco afectados por la cantidad demandada, pues a las personas como se muestra en la encuesta no les importa mucho si el precio sube o baja si ellos tienen una necesidad inmediata de adquirir uno de los productos.

Con la información sobre las proyecciones del crecimiento de la población por municipio (CONAPO, 2015), se obtiene la siguiente información.

Tabla 1. Proyección de la población

Año	Proyección habitantes	Florerías
2017	72959	6.00
2018	74131	6.10
2019	75271	6.19
2020	76385	6.28
2021	77476	6.37
2022	78546	6.46
2023	79594	6.55
2024	80625	6.63
2025	81639	6.71
2026	82632	6.80
2027	83607	6.88
2028	84558	6.95
2029	85492	7.03
2030	86404	7.11

Fuente: Elaboración propia con datos de CONAPO 2015

La tabla muestra que el incremento de la competencia se presentaría en el año 2029. Por lo que con información real y existente de 2017 y con seis florerías (INEGI, 2017), indica que existe una florería por cada 12,159 habitantes. Por consecuencia no se tendrá un incremento en la competencia con la información de la proyección de la población.

2.3 Análisis de la oferta

En producción agrícola por cultivo en invernadero de 2014, la producción de rosas fue de 5, 527,700 toneladas con un valor de producción 989,518.57 miles de pesos, la gerbera con 942,480 toneladas con un valor de 278,398.73 miles de pesos, el clavel con 3, 304,782 toneladas con valor de 266,275.96 miles de pesos y el crisantemos con 9,113, 813 toneladas con un valor de 1,011,394 miles de pesos (SEDAGRO, 2014).

Las principales flores que se exportan según datos del Atlas Agroalimentario, es la rosa a los Estados Unidos con un valor de 7, 296,923 dólares donde el Estado de México contribuye con el 78.3% de la producción nacional con los municipios de Villa Guerrero y Tenancingo aportando dos terceras partes de la producción (SIAP, 2016).

Otra flor que se exporta a los Estados Unidos es la gerbera por 876,308 dólares, siendo el principal productor el municipio de Villa Guerrero con una aportación del 67%, le siguen Tenancingo con el 26%, Coatepec Harinas con 4.2% y Zumpahuacán 2.2% (SIAP, 2016)

Existen seis florerías registradas por el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2017), para el municipio de Valle de Bravo. Las cuáles serán la competencia directa que se tendrá al iniciar el proyecto. Estas están dadas de alta con la actividad económica de comercio al por menor de plantas y flores naturales, las cuales son florerías fijas.

A continuación se enlistan cada una de las florerías:

- Florería Estefanía

Calle Benito Juárez #1

Colonia Centro C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México.

- Florería Iris

Calle José Guadarrama #315

Villa Colorines C.P. 51230

Colorines, Valle de Bravo, Estado de México.

- Florería Los Tulipanes

Calle Benito Juárez #1 interior 42

Colonia Centro C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México.

- Florería Lotto Azul

Calle Ameyal #101

Barrio Santa María C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México.

- Florería Siempre Viva

Calle el manguito #113

Barrio Santa María Ahuacatlán C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México.

- Las Orquídeas Florería

Calle Porfirio Díaz #202

Colonia Centro C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México.

Las florerías antes mencionadas están registradas en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) (INEGI, 2017), existen otras florerías que no se encuentran en este directorio pero que si representan una competencia para la implementación del proyecto, a continuación se enlistan:

- Florería Santa María

Calle Ameyal s/n

Barrio Santa María C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México

- Florería La Costera

Calle Fray Gregorio Jiménez de La Cuenca s/n

Barrio Santa María C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México

- Florería El Mercado

Calle Benito Juárez #1 interior del Mercado Municipal s/n

Colonia Centro C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México.

- Florería El Mercado

Calle Benito Juárez s/n interior del Mercado Municipal #60

Colonia Centro C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México.

- Florería Roma

Calle Benito Juárez #412

Colonia Centro C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México.

- Florería Arleth

Calle Benito Juárez s/n

Colonia Centro C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México.

- Florería Polar

El arco s/n,

Valle de Bravo, Estado de México.

- Florería El Paraíso

Juan Herrera y Piña s/n

Barrio de Otumba C.P. 51200

Valle de Bravo, Estado de México.

Las florerías que están en la cabecera municipal ofrecen servicios como: la venta de arreglos florares, centros de mesa, coronas y venta de flor en rollo, también tienen el servicio de adorno para fiestas de XV, Bodas, Bautizos, Primeras Comuniones, Confirmaciones, Adornos de Templos, entre otros.

Se considerará como competencia directa a todas las florerías que se encuentran en la cabecera municipal pues estas ya se han hecho de su clientela, el servicio que prestan es de calidad, ofreciendo variedad de flores y follajes, para todo tipo de eventos.

A continuación se describen las características principales de las florerías que son una competencia directa e indirecta para el proyecto:

Las Orquídeas tiene un espacio aproximado de 80m², vende floreros, bases para arreglos pero los precios son altos (\$85.00 un ramo de doce rosas fuera de temporada), los clientes lo pagan debido a que es muy reconocida, cuenta con servicio a domicilio tanto dentro y fuera de la cabecera municipal, se encuentra ubicada en el centro del municipio también ofrece servicios extras como: la renta de mesas, sillas, lonas, jardín para eventos y manteles para cualquier evento.

La Costera cuenta con un espacio de aproximadamente 4m², al tener este espacio tan pequeño solo ofrecen flor en rollo, para exhibir su flor utiliza la banquetta, la ventaja que tiene es el ofrecen alrededor de veinticuatro tipos diferentes de flores de buena calidad y buen precio, los cuales son accesibles (\$70.00 un ramo de doce rosas fuera de temporada), está ubicada sobre la avenida conocida como la Costera, siendo esta una de las avenidas más transitada para llegar a la laguna, uno de los principales centros turísticos del municipio.

Florería Roma cuenta con un espacio de aproximadamente 6m², esta ofrece flor en rollo y arreglos florales, para la exhibición de los arreglos florales los coloca sobre un auto así como también en la banqueta para colocar la flor en rollo, sus precios son accesibles (\$70.00 un ramo de doce rosas fuera de temporada), ubicada sobre la avenida Benito Juárez a diez metros del mercado de artesanías, esta florería tiene un servicio de calidad y solo cuenta con alrededor de diez tipos de flores de manejo.

Florería Arleth tiene un espacio de 16 m², ofrece flor en rollo, arreglos florales, coronas y floreros, los precios de la flor son accesibles (\$70.00 un ramo de doce rosas fuera de temporada), se ubica sobre una avenida de paso, los arreglos florales son exhibidos en forma de escalera, las flores de rollo se exhiben en floreros de vidrio (estos le dan una buena imagen a las flores), ofrece servicio de calidad, un trato amable con los clientes, sus precios son competitivos en el mercado.

La Florería Iris y Polar son una competencia indirecta ya que el proyecto se ubicará en la cabecera municipal mientras que estas se encuentran a 40 minutos y 20 minutos de ella.

Estas florerías se surten de dos a tres veces por semana, compran su mercancía en el municipio de Tenancingo y Villa Guerrero, lo extra como el celoseda, moños, bases, esponjas, entre otros lo compran en FLORACOPIO.

2.4 Precio

Una estrategia de precios, consiste en ofrecer un servicio similar al que ya existe en el mercado con un precio competitivo.

Los precios presentan variaciones, debido a las temporadas y el clima, en ocasiones es difícil conseguir algunos tipos de flores, por ejemplo el girasol se vende solo en temporadas (junio, julio, agosto) está es una flor que se cosecha en

el municipio de Amanalco, a 45 min de la cabecera municipal de Valle de Bravo. El Ave de Paraíso es otra flor que se cosecha en el municipio de Donato Guerra aproximadamente a 50 min de la cabecera municipal.

El precio de estas dos flores mencionadas son más baratas comprándolas en los mercados de los municipios de Tenancingo o Villa Guerrero.

Se enlistan a continuación algunos precios de las flores más vendidas, basadas en la encuesta aplicada al consumidor.

Tabla 2. Precios de flores más vendidas en Valle de Bravo, 2017

Flor	Temporada	Fuera de Temporada
Rosa (docena)	\$ 50.00	\$ 70.00
Clavel (docena)	\$ 35.00	\$ 40.00
Polar (docena)	\$ 55.00	\$ 60.00
Lilis (4 baritas)	\$ 120.00	\$ 135.00
Margaritas (docena)	\$ 55.00	\$ 60.00
Astromelias (docena)	\$ 20.00	\$ 25.00
Gladeola (docena)	\$ 80.00	\$ 100.00
Girasol (7 flores)	\$ 90.00	\$ 100.00
Gerbera (10 flores)	\$ 90.00	\$ 110.00

Fuente: Elaboración propia con información de las florerías existentes.

Una vez analizados los precios de las flores la propuesta de precio de venta para la florería se describe en la siguiente tabla.

Tabla 3. Propuesta de precios de venta para las flores, 2017

Flor	Temporada	Fuera de Temporada
Rosa (docena)	\$ 45.000	\$ 70.000
Clavel (docena)	\$ 30.000	\$ 35.000
Polar (docena)	\$ 50.000	\$ 55.000
Lilis (4 baritas)	\$ 120.000	\$ 130.000
Margaritas (docena)	\$ 50.000	\$ 55.000
Astromelias (docena)	\$ 20.000	\$ 25.000
Gladeola (docena)	\$ 75.000	\$ 95.000
Girasol (7 flores)	\$ 90.000	\$ 105.000
Gerbera (10 flores)	\$ 90.000	\$ 105.000

Fuente: Elaboración propia con información de las florerías existentes.

Para realizar esta tabla se tomó en cuenta la información obtenida de las florerías que ya se encuentran establecidas dentro del municipio de Valle de Bravo. La temporada que se marca en la tabla es la fecha en que la maseta da la flor, sin necesidad de invertirle más para la obtención de esta y la que está fuera de temporada es al contrario.

Los precios que mantienen las florerías entre sí no varían mucho pues la mayoría tiene el mismo precio en las flores de manojo, en donde el precio cambia en el caso de arreglos florares o centros de mesa, debido a que la cantidad en los follajes es variado, así como el tipo de flor que se utilice.

Las temporadas de flor son variadas como en los días de: San Valentín, Día de las Madres, día de Muertos, las clausuras de ciclos, navidad, en estas fechas el precio de las flores se puede incrementar hasta en un 20% según la información obtenida de las personas que atienden las florerías en el municipio. En cuanto a las estaciones del año con los cambios climáticos, a causa del exceso de lluvia, calor y viento, ya que unas se encuentran a cielo abierto y otras en invernadero.

2.5 Comercialización

Para comercializar la flor se colocará una florería, donde se venderá flor en rollo y arreglos florares, se acudirá de dos a tres veces por semana al mercado de Tenancingo y Villa Guerrero. Ahí no solo se comprará la flor, sino en algunas ocasiones la bolsa de celoseda, los moños, tarjetas, bases para arreglos, esponja entre otros.

Se contará con una camioneta para el traslado de la flor, la cual servirá para llevar los arreglos florares a domicilio, sin ningún costo extra dentro de la cabecera municipal y un costo de \$30.00 a \$100.00 dependiendo de la distancia a donde se lleve.

Para darle un plus a la florería se buscará un especialista para crear una página de internet que mostrará los arreglos en fotografía como un catálogo virtual, subiendo fotos tres veces por semana de los nuevos arreglos florales, no solo se podrán hacer pedidos y envíos a domicilio si no también el pago se realizará por medio de una transferencia bancaria, así como la entrega de un polvo para conservar sus flores por más tiempo.

En la publicidad se mandarán hacer un millar de volantes, se iniciará repartiéndolos una semana antes de la apertura. En el volante se pondrá la siguiente promoción: “Si acude con este volante tendrá un 10% de descuento en su arreglo floral”. En los taxis se pegará un adhesivo anunciando la apertura de la florería, así mismo un servicio de perifoneo por la cabecera municipal.

Tabla 4. Costos de publicidad

Servicio	Descripción	Precio
Página Web	Diseño de página web y cuentas en las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram.	\$6,000.00
Volantes y Cartulinas	Un millar de volantes y cincuenta cartulinas, anunciando la gran apertura de la florería.	\$ 1,700.00
Perifoneo	Se realizara un spot de un minuto y diez segundos anunciando la apertura y mencionando, que si presentan un volante de dará un 5% de descuento.	\$1,400.00

Fuente: Elaboración propia con información de las cotizaciones de publicidad.

El nicho de mercado para está florería se encuentra en la cabecera municipal, en una de las entradas principales al municipio. Los lugares donde se realizará la difusión serán: colonia Sánchez, el barrio de San Antonio, Barranca seca, el Panteón y el Frontón.

Con el análisis de mercado se encuentra que si existe un demanda de este producto, el lugar en donde se colocará la florería cuenta con una afluencia de posibles clientes, los precios del producto son semejantes entre las florerías que ya se encuentran establecidas.

Al aplicar las encuestas se detectó un área de oportunidad que las florerías no tienen y es que no les dan ningún polvo o líquido para conservar sus flores, ni tampoco un catálogo digital de arreglos. Teniendo en cuenta esto es como se puede marcar la diferencia vendiendo estos productos.

Capítulo III. Estudio Técnico

En este capítulo se darán las respuestas a las preguntas dónde, cómo, cuándo y con qué se colocará la florería. Se describirá lo relacionado con el funcionamiento, la operatividad de la florería, determinando la estructura física y administrativa de la florería. La localización óptima del proyecto, el tamaño óptimo del proyecto, la disponibilidad, el costo de los suministros e insumos y la identificación del proceso (Sapag, 2011).

3.1 Materia Prima e insumos

Es una parte muy importante tener la materia prima e insumos bien ubicados para poder determinar el costo de transporte así como saber cuántas veces al mes se surtirá de la flor, follaje, piedras decorativas, listones, cintas y más, para poder otorgar un producto final de buena calidad y con la mejor materia prima.

La materia prima serán las flores: rosas, gerberas, claveles, girasoles y más como: esponjas, celofán, follaje por mencionar algunos para realizar un arreglo floral, una corona, unos centros de mesa o algún otro adorno que requiera el cliente utilizando flor natural.

La ventaja de ir por las flores a los municipios ya antes mencionados es que se compra calidad y nuevos colores de flores por ejemplo: rosas, gerberas, margaritas, clavel, entre otras y la novedad en los follajes.

Para abastecer de flores y follajes, en el caso de la gerbera y las rosas se comprarán al proveedor Flores KEROAL SA de CV de RL ubicada en calle Cuauhtémoc 35B, Loc. Santa Ana Ixtlahuatzingo, Municipio de Tenancingo.

Para la demás variedades de flores como: clavel, margarita, girasol, lilis, polar, astromelias, gladeolas, por mencionar algunas, los follajes cola de zorro, campana

de Irlanda, curly, dólar, entre otros, estos se comprarán en el mercado de Tenancingo.

En los arreglos florales, las coronas, centros de mesa y más será necesario contar con esponjas (oasis), celofán, moños, listones, bolsas de celoseda, se tendrá como proveedor Parisina ubicada en Calle Independencia #101, Valle de Bravo, Modatelas ubicada callejón El arco #102 esquina calle Independencia, Valle de Bravo, Centro Ceramista Jasso ubicado en calle Alfareros #125 en Valle de Bravo, Fantasías Miguel ubicada en calle Ignacio Allende sur #101, Toluca, para las esponjas se comprarán en la empresa Oasis Productos Florales el pedido se realizará vía electrónica (<https://www.oasisfloral.mx/>).

Si el envío de los productos del proveedor OASIS Productores Florales no llegarán a tiempo se acudiría con el proveedor FLORACOPIO ubicado en el kilómetro 14.5 de la carretera Toluca – Tenango, San Antonio la Isla en el Estado de México, donde se pueden adquirir las bases, esponjas y artículos de decoración.

Tabla 5. Costos de la Flor y follaje

Flores	Precio por paquete (24 flores)	Proveedor
Rosa	\$ 45.00	Flores Keroal
Clavel	\$ 25.00	Mercado de Tenancingo
Polar	\$ 45.00	Mercado de Tenancingo
Lilis	\$ 90.00	Mercado de Tenancingo
Margaritas	\$ 30.00	Mercado de Tenancingo
Astromelias	\$ 10.00	Mercado de Tenancingo

Gladeolas	\$ 60.00	Mercado de Tenancingo
Girasol	\$ 70.00	Mercado de Tenancingo
Gerbera	\$ 60.00	Flores Keroal
Follajes	24 tallos \$30.00	Mercado de Tenancingo
	72 tallos \$45.00	

Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa Flores Keroal.

Tabla 6. Costos de materia prima

Materia Prima	Precio unitario	Precio por docena	Proveedor
Base de cristal redondo	\$ 40.00	\$ 456.00	Modatelas
Base de cristal alargado	\$ 70.00	\$ 816.00	Modatelas
Base de cristal tipo jarrón	\$ 85.00	\$ 996.00	Modatelas
Base de cerámica alargado	\$ 78.00	\$ 900.00	Centro Ceramista Jasso
Base de cerámica jarrón	\$ 93.00	\$ 1,080.00	Centro Ceramista Jasso
Base de mimbre (canasta)	\$12.00	\$132.00	Fantasías Miguel
Piedra Marmoleada variedad de colores	\$ 7.00	\$ 75.00	Parisina
Piedra Decorativa	\$ 13.00	\$ 152.00	Parisina
Cintas, listones, adornos, alambres	\$ 34.00	\$ 348.00	Oasis Productos Florales
Celofán moños	\$70.00 paquete de 25		Mercado de Tenancingo
Celofán bolsas	\$110.00 paquete de bolsas		Mercado de Tenancingo
Tarjetas	\$150.00 paquete con 500		Papelería Remi
Palitos porta tarjetas	\$932.00 paquete con 1000		Oasis Productos Florales
Espuma Floral	\$330.00 con 48 piezas		Oasis Productos Florales

Líquido para hidratar flores	\$475.00 galón 3.8L	Oasis Productos Florales
Polvo para hidratar las flores	\$371.00 caja con 200 piezas de 5gr c/u	Oasis Productos Florales

Fuente: Elaboración propia con datos de Modatelas, Centro Ceramista Jasso, Parisina, Papelería Remi y OASIS Productos Florales.

Los insumos integran a todos los factores productivos que intervienen en la producción de un bien o servicio, arreglo floral, corona o centro de mesa.

El local donde se instalará la florería ya cuenta con los servicios básicos, por tal motivo no será necesario realizar el contrato.

Se realizará el contrato de teléfono, cable e internet, ya que estos son necesarios para recibir las órdenes de compra y subir las fotos de los arreglos florales, generando un costo de \$200.00 por la instalación de estos servicios por la empresa Megacable, los costos mensuales de los servicios como se menciona en la tabla 7.

Para acudir por la materia prima y las entregas a domicilio se contratará un chofer el cual contará con una camioneta NP300 doble cabina representando una inversión de \$250,000.00, esta se dejará en una pensión la cual tendrá un costo mensual de \$300.00.

Imagen 1. Transporte de entregas y traslado de materia prima.



Tabla 7. Insumos

No.	Partida	Costo Mensual
1	Luz	\$ 150.00
2	Agua	\$ 100.00
3	Teléfono	\$ 529.00
4	Internet	
5	Cable	
6	Mantenimiento página web	\$ 150.00

Fuente: Elaboración propia.

3.2 Tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa es la cantidad máxima de producción, suponiendo la utilización al cien por ciento de la capacidad instalada de está, dados los recursos con los que cuenta.

En efecto es necesario conocer el tiempo que se necesita para cada arreglo, con el fin de conocer la disponibilidad de personal con el que se contará.

La capacidad máxima instalada de producción al 100% se muestra en la tabla 8, tomando en cuenta que una persona tarda en promedio 23 a 32 minutos en la elaboración de un arreglo o un centro de mesa, una corona de 28 a 30 minutos y en la elaboración de rollo de flores (por docenas) de 2 a 3 minutos. El tiempo de elaboración es un promedio, ya que se realizarán arreglos y centros de mesa de varios tamaños como: chicos, medianos y grandes.

La florería prestará servicio con un horario de 9:00 am y cerrando a las 7:00 pm.

Tabla 8. Determinación de la capacidad instalada

Unidades producidas				
Periodo		Capacidad instalada 100%		
	Arreglo	Corona	Rollo de flor	Total
1 Día	15	3	18	36
1 Semana	105	21	126	252
1 Mes	420	84	504	1008
1 Año	5040	1008	6048	12096

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Localización

Definitivamente la localización es importante para determinar el mejor lugar donde se establecerá la florería, pues ayudará a que la venta sea más fácil y se logró la mayor tasa de rentabilidad sobre la inversión hecha.

El beneficio del lugar en donde se colocará la florería es que ya cuenta con la infraestructura adecuada para el correcto funcionamiento, pues se encuentra posicionado en un lugar estratégico, es decir, una avenida principal.

Teniendo en cuenta en donde se ubicará la florería será necesario revisar el entorno social, económico y cultural, para ubicar el área geográfica en donde el entorno deberá ser el más acorde para lograr la venta del producto.

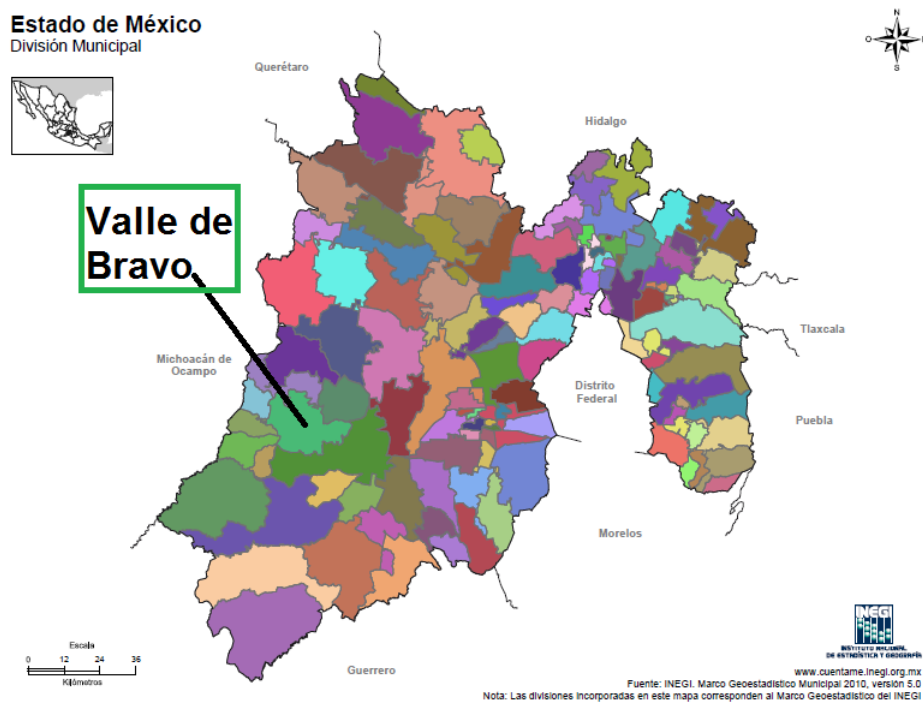
A su vez el lugar donde se establecerá ya cuenta con los servicios públicos necesarios como: red de drenaje y alcantarillado, agua potable, calles pavimentadas, electricidad, acceso a internet, teléfono, por mencionar los más importantes.

La localización se subdivide en dos áreas: la macrolocalización, es la zona o región más atractiva y la microlocalización, es el lugar en específico.

3.3.1 Macrolocalización

Con la información recaba en el capítulo anterior la florería se ubicará al poniente del Estado de México en el municipio de Valle de Bravo, colindando al norte con el municipio de Donato Guerra; al sur con el municipio de Temascaltepec; al este con los municipios de Amanalco y Temascaltepec; al oeste con los municipios de Amanalco y Temascaltepec; al oeste con los municipios de Ixtapan del Oro, Santo Tomás de los Plátanos y Oztoloapan (INAFED, 2010).

Imagen 2. Mapa de Valle de Bravo en el Estado de México



Fuente: INEGI 2010.

Imagen 3. Mapa de Valle de Bravo y sus localidades



Fuente: INEGI 2017

3.3.2 Microlocalización

La ubicación de la florería será en la avenida Benito Juárez, colonia Centro, en la cabecera municipal, en una de las entradas principales a Valle de Bravo, una zona de gran afluencia de clientes, con escuelas cercanas en donde los estudiantes y amas de casa podrán adquirir las flores.

Imagen 4. Mapa de la ubicación de la Florería



Fuente: Google Maps (2017)

3.4 Proceso Productivo

El proceso productivo es la transformación de insumos y materia prima para lograr un producto final. Para el caso de la florería se describirá el proceso por el cual pasan las flores antes de formar un arreglo floral, una corona o un centro de mesa.

Es necesario que el personal que trabajó en la florería tenga la capacitación necesaria para elaborar correctamente los arreglos florales, coronas o centros de mesa al mismo tiempo conozca las etapas del proceso de elaboración para evitar desperdicios y retrasos en las entregas.

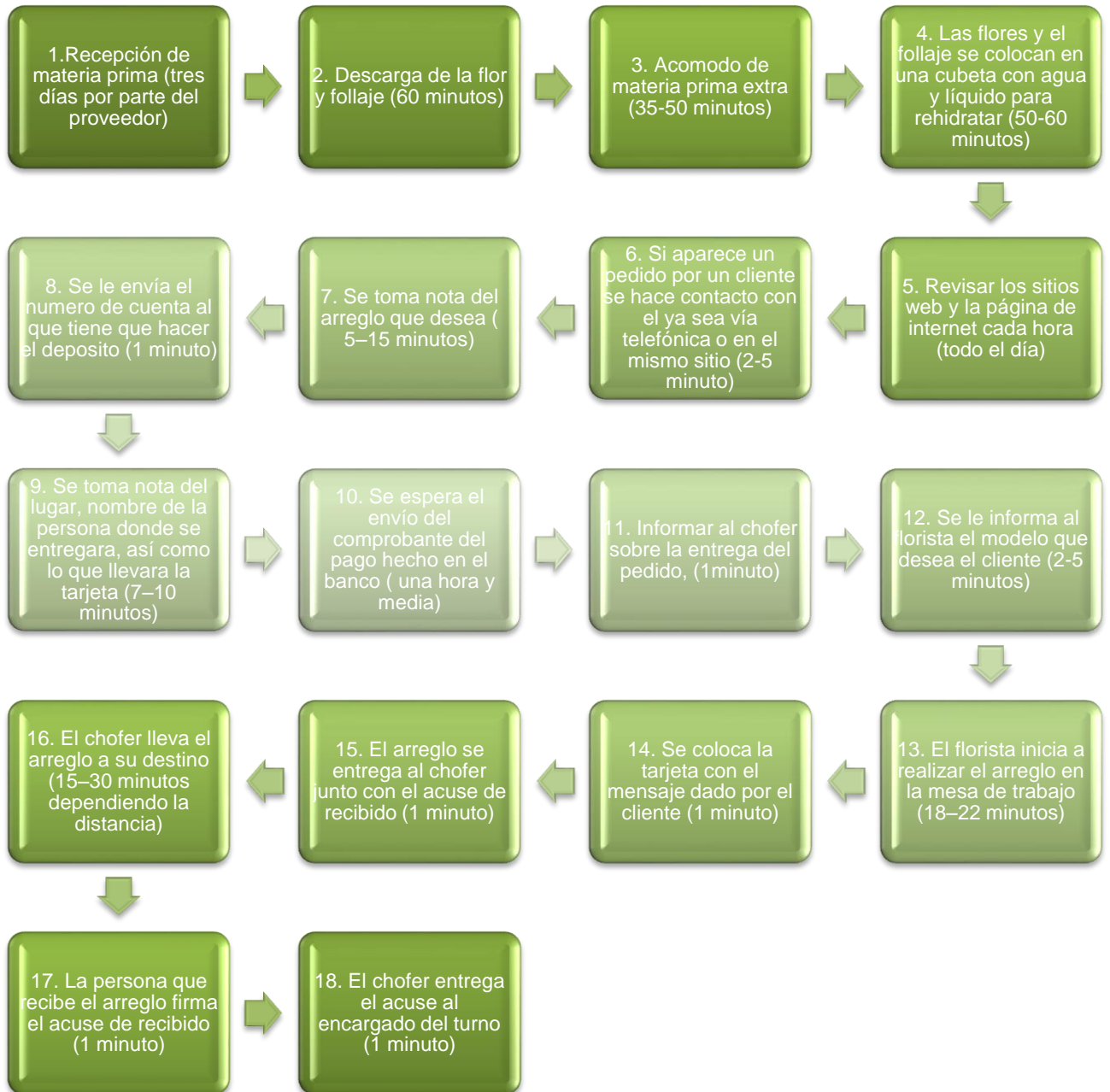
Tabla 9. Tiempos requeridos para la elaboración de los productos finales

Producto	Tamaño	Tiempo
Arreglo Floral	Chico	7 - 12 min
	Mediano	14 - 20 min
Centro de Mesa	Grande	23 - 32 min.
Rollo de flor	Docena	2 - 3 min
	Dos Docenas	3 - 5 min
Corona	Estándar	28 - 30 min

Fuente: Elaboración propia con promedio de tiempos de elaboración (cronometrados).

A continuación se puede visualizar el proceso productivo de manera general que seguirá la flor para la venta del producto final.

Figura 1. Proceso productivo



Fuente: Elaboración propia

3.4.1 Proceso productivo de los arreglos florales

Con respecto a la imagen 5, la cual describe gráficamente como se llevará a cabo el proceso de elaboración de un arreglo floral. Así mismo se explicarán las fases más importantes de este proceso:

3.4.1.1 Compra de flor, follaje y demás materias primas

Para iniciar este proceso se acudirá con la camioneta al mercado de Tenancingo y con el proveedor Flores KEROAL SA de CV de RL, saliendo a las 4:00 am con el chofer y un empleado a comprar las flores y follajes.

Respecto a la esponja, los adornos, las cintas, la porta tarjetas, el líquido hidratante, alambres y demás materiales serán entregados directamente en la florería por parte del proveedor, con un tiempo aproximado de tres días.

Las bases de vidrio y cerámica se comprarán directamente a los proveedores de Valle de Bravo, así como las tarjetas.

3.4.1.2 Recepción de la materia prima

Después será la recepción de materia prima la cuál se realizará en el local, en donde las flores y follajes se bajarán de la camioneta con mucho cuidado para no ser maltratadas, ayudarán a descargar la materia prima el chofer y la persona que lo acompañó a realizar las compras, esta actividad durará aproximadamente 60 minutos.

Dicho lo anterior las flores se acomodarán en botes con agua los cuales contarán con líquido hidratante para flores que las mantendrán frescas, colocándolas en el espacio asignado como bodega, con un tiempo aproximado de 35 – 60 minutos, dependiendo de la cantidad de flores que se hayan comprado.

La materia prima como: bolsas, moños de celoseda y los demás materiales necesarios para los arreglos florares, serán colocados en una mesa de trabajo para después ser colocados en un estante, esta actividad tendrá una duración de 25 – 45 minutos.

Los floreros se colocarán en el estante, en su espacio asignado solo se dejarán algunos diseños a la vista de los clientes, para que puedan elegir el que más les guste con una duración de 15 – 25 minutos.

3.4.1.3 Elaboración del arreglo floral

A continuación ya con todas las materias primas en el local, el cliente podrá llegar y seleccionar las flores, florero, listones o cualquier otro artículo de decoración para su arreglo floral. El tiempo de selección puede variar de acuerdo al tipo de cliente.

El florista colocará todo en la mesa de trabajo e iniciará a realizar el arreglo floral, esté sumergirá la esponja en agua con líquido hidratante, para después colocarla dentro de la base.

Ya la esponja dentro de la base, se inicia a colocar las flores de acuerdo al diseño que eligió el cliente o el que el florista seleccionó para exhibir. Se insertarán las flores seguido del follaje esté le dará volumen al arreglo y a su vez tapara un poco la parte superior de la esponja.

El florista utilizará las tijeras para cortar la flor, así como los guantes para no maltratarla y evitar cualquier accidente, teniendo siempre cerca un bote para basura orgánica e inorgánica, para que se tenga un área limpia.

De acuerdo al diseño que seleccionó el cliente, esta actividad tendrá una duración aproximada de 32 minutos.

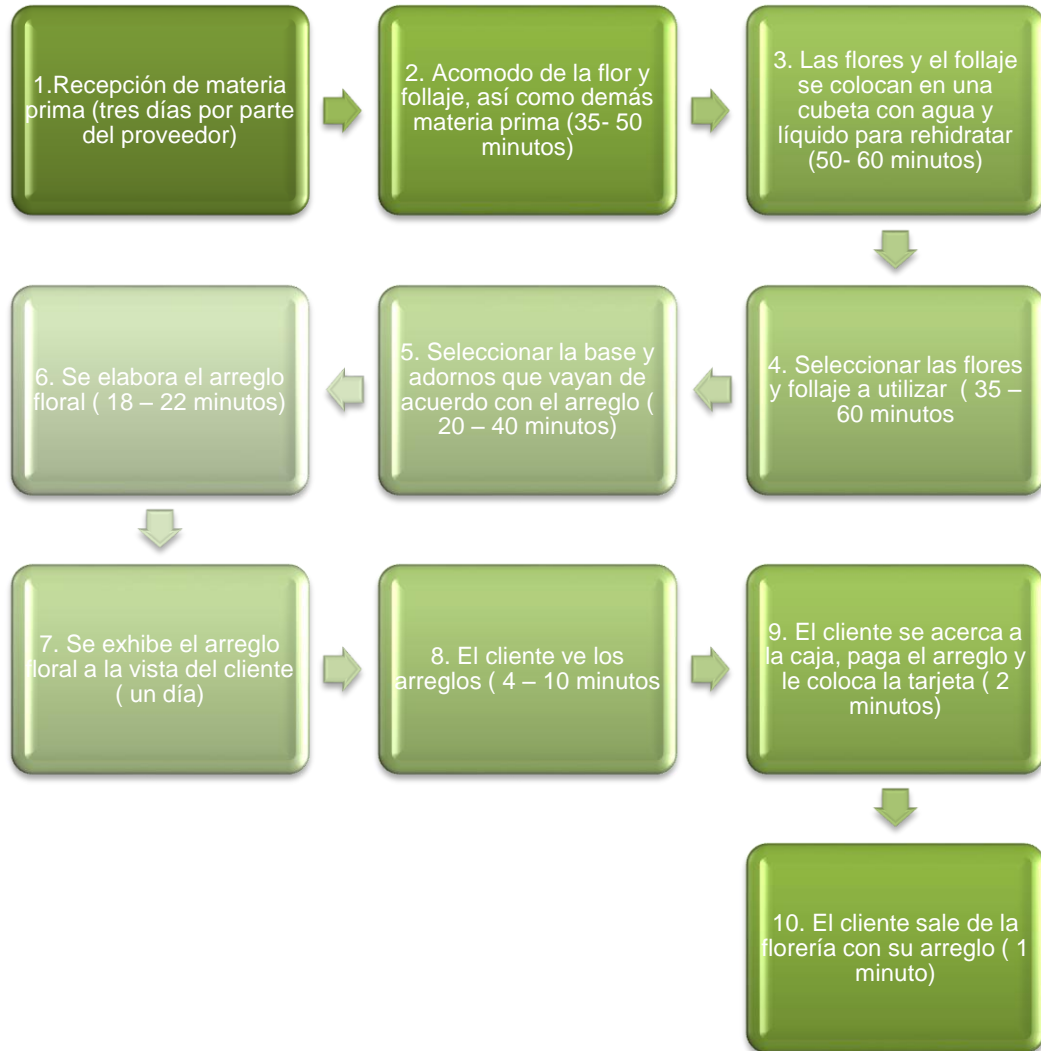
3.4.1.4 Venta al cliente

Finalmente los arreglos se exhibirán en la florería, siendo de varios tamaños, diseños y con diferente tipos de flores.

El cliente acudirá a la recepción y pagará el arreglo floral, el pago lo podrá realizar en efectivo o en tarjeta, el recepción le preguntará al cliente que desea que lleve escrito la tarjeta, este tiene la opción de escribirla el mismo o decirle al de la recepción que mensaje quiere que lleve, con una duración máxima de 5 minutos

Seguido del pago el florista le muestra el arreglo al cliente, para que este le dé el visto bueno y se le colocará la tarjeta en la porta tarjeta, el florista se encargará de que el cliente se vaya satisfecho con la compra que realizo.

Figura 2. Proceso productivo de la elaboración del arreglo floral si el cliente acude al local por el arreglo.



Fuente: Elaboración propia

3.4 Mobiliario y equipo

En cuanto al mobiliario y equipo para la instalación de la florería, será necesario ya que así se podrá brindar una mejor atención al cliente y este se vaya satisfecho.

Por lo que se refiere a su comprará se hará en diferentes tiendas: Office Max ubicado en av. Leona Vicario #629, Real del Arcos, Metepec; Home Depot ubicado en vía Metepec, esquina San Isidro #2 norte, col. Santa Cruz, Metepec y Comercial Mexicana ubicada en calle San Juan Pablo II #601, Barrio de Coaxustenco, Metepec.

Tabla 10. Precios del equipo de oficina para la florería

Equipo	Precio	Cantidad	Total
Pantalla LED Net Tv Philips 32", HD	\$ 6,799.00	1	\$ 6,799.00
Soporte Vivitar para pantalla LCD	\$ 509.00	1	\$ 509.00
Desktop Lenovo AIO 310 Celeron	\$ 8,898.00	1	\$ 8,898.00
Multifuncional HP Oddicejet Pro 8710	\$ 3,198.00	1	\$ 3,198.00
Regulador Sola Basic INET	\$ 358.00	1	\$ 358.00
Bocinas Case Logic 2.0 USB	\$ 198.00	1	\$ 198.00
Escritorio Office Max Aiko melamina	\$ 598.00	1	\$ 598.00
Calculadora Royal de escritorio	\$ 97.00	2	\$ 194.00
Sumadora Casio	\$ 698.00	1	\$ 698.00
Rollo de sumadora 6 piezas	\$ 28.90	1	\$ 28.90
Teléfono Inalámbrico Alcatel	\$ 658.00	1	\$ 658.00
Cable GE para línea telefónica	\$ 58.00	1	\$ 58.00
Caja Registradora Sharp XEA107	\$ 2,098.00	1	\$ 2,098.00
Ventilador Pedestal Vencool	\$ 729.00	1	\$ 729.00
Archivero expandible	\$ 99.00	1	\$ 99.00
Mesa Plegable Lifetime 183cm	\$ 1,499.00	2	\$ 2,998.00
Escritorio Takter Melamina	\$ 2,998.00	1	\$ 2,998.00
Silla Kab	\$ 1,198.00	1	\$ 1,198.00
Silla Office Max	\$ 998.00	3	\$ 2,994.00
Banco mega arena	\$ 80.50	3	\$ 241.50
Reloj de pared Timco	\$ 235.00	1	\$ 235.00

Nota de remisión 25 juegos	\$ 26.90	7	\$ 188.30
Recibo de Nómina 25 juegos	\$ 29.90	5	\$ 149.50
Libro de inventarios y balances	\$ 134.50	2	\$ 269.00
Notas de control de bancos 25 hojas	\$ 102.70	2	\$ 205.40
Notas de entradas y salidas 25 hojas	\$ 52.90	2	\$ 105.80
Libro de pedidos 50 juegos	\$ 99.80	10	\$ 998.00
Folder 100 piezas	\$ 121.00	1	\$ 121.00
Porta folletos	\$ 39.90	1	\$ 39.90
Organizador	\$ 119.00	1	\$ 119.00
Papel fotobond carta 500hojas	\$ 67.50	6	\$ 405.00
Agenda	\$ 129.00	1	\$ 129.00
Directorio telefónico	\$ 49.90	1	\$ 49.90
Lápiz mirado con 8 piezas	\$ 32.90	1	\$ 32.90
Bolígrafo punto fino 12 piezas negro	\$ 25.80	1	\$ 25.80
Corrector liquido	\$ 12.50	1	\$ 12.50
Marcador de aceite 4 piezas	\$ 78.00	1	\$ 78.00
Cuaderno profesional	\$ 24.80	2	\$ 49.60
Cinta transparente	\$ 10.50	4	\$ 42.00
Cortador	\$ 26.80	4	\$ 107.20
Sacapuntas y goma	\$ 36.80	2	\$ 73.60
Repuestos de cortador 10 piezas	\$ 16.90	4	\$ 67.60
Engrapadora, garpas y quita grapas	\$ 129.00	2	\$ 258.00
Tijera Advance de oficina	\$ 39.00	3	\$ 117.00
Rotulador punto fino 4 piezas	\$ 123.00	1	\$ 123.00
Post it amarillos 100 hojas	\$ 39.80	2	\$ 79.60
Bote de Basura	\$ 39.90	2	\$ 79.80
Bote de basura 65L	\$ 365.00	2	\$ 730.00
Bolsa de basura chica	\$ 24.90	1	\$ 24.90
Bolsa de basura jumbo	\$ 40.50	2	\$ 81.00
Despachador de agua	\$ 1,199.00	1	\$ 1,199.00

Garrafón de agua	\$ 68.00	1	\$ 68.00
Tablero de caucho	\$ 338.00	1	\$ 338.00
Caja de accesorios (chinchas, pin, clips)	\$ 89.00	1	\$ 89.00
Carpeta (Registrador Office Max)	\$ 27.00	5	\$ 135.00
Protectores de hojas 50 piezas	\$ 23.88	2	\$ 47.76
Perforadora de dos orificios	\$ 46.80	2	\$ 93.60
Perforadora de un orificio	\$ 27.90	2	\$ 55.80
Papel Office Max colores 200 hojas	\$ 79.80	1	\$ 79.80
Papel china variedad de colores 12pz	\$ 33.60	4	\$ 134.40
Señalamiento extintor	\$ 125.00	1	\$ 125.00
Señalamiento Prohibido fumar	\$ 59.90	1	\$ 59.90
Señalamiento ruta de evacuación	\$ 59.90	2	\$ 119.80
Señalamiento caso de sismo	\$ 51.50	2	\$ 103.00
Extintor	\$ 919.00	1	\$ 919.00
Botiquín primeros auxilios	\$ 349.00	1	\$ 349.00
Bomba para baño	\$ 31.50	1	\$ 31.50
Limpiador para baño	\$ 39.90	2	\$ 79.80
Pastilla para baño	\$ 22.00	3	\$ 66.00
Cepillo para baño	\$ 76.00	1	\$ 76.00
Limpiador de superficies	\$ 22.00	2	\$ 44.00
Limpiador de pisos	\$ 50.00	2	\$ 100.00
Papel de baño 4 piezas	\$ 24.00	2	\$ 48.00
Jabón líquido para manos	\$ 35.00	2	\$ 70.00
Cubeta exprimidor	\$ 69.00	1	\$ 69.00
Trapeador	\$ 55.00	1	\$ 55.00
Escoba	\$ 42.00	3	\$ 126.00
Recogedor	\$ 30.00	1	\$ 30.00
Toallas interdobladadas 5 paquetes	\$ 99.00	1	\$ 99.00
Secador	\$ 48.00	2	\$ 96.00
Bote de 20L	\$ 78.00	6	\$ 468.00

Tijera para plantas	\$ 155.00	5	\$ 775.00
Pistola de riego	\$ 139.00	2	\$ 278.00
Manguera	\$ 189.00	1	\$ 189.00
Regadera de mano	\$ 72.00	3	\$ 216.00
Guantes espontex 10 pares	\$ 48.00	2	\$ 96.00
Guantes para plantas	\$ 35.00	5	\$ 175.00
Paño de limpieza 3 piezas	\$ 39.00	2	\$ 78.00
Tapete	\$ 239.00	1	\$ 239.00
Fibra	\$ 24.00	4	\$ 96.00
Cepillo de mano	\$ 42.00	2	\$ 84.00
Estante mediano	\$ 1,299.00	2	\$ 2,598.00
Estante pequeño	\$ 775.00	2	\$ 1,550.00
Juego de tres bancos	\$ 540.00	3	\$ 1,620.00
Sub total			\$ 53,916.06
I.V.A			\$ 8,626.57
Total			\$ 62,542.63

Fuente: Elaboración propia con datos de cotizados en OfficeMax, Home Depot y Comercial Mexicana, 2017.

Mientras tanto en la televisión se programará el catálogo que se mostrará al cliente por las redes sociales, así como cursos en línea para los floristas.

En la recepción se tendrá la computadora, la papelería necesaria tanto para la contabilidad como la administración de la florería y la impresora junto con el directorio, además un catálogo impreso de los diseños de arreglos, logrando que el cliente pueda elegir el diseño que más le guste sin necesidad de entrar a ninguna de nuestras redes sociales o página web.

Por otra parte se comprarán los artículos de aseo indispensables para que la florería siempre se encuentre limpia y con el mejor ambiente laboral para recibir al cliente dándole la mejor atención.

Además se comprarán los muebles donde se colocarán los arreglos y materia prima, que estarán dentro de la bodega y el local. Así como la compra de bancos de diferentes tamaños que servirán para exhibir los arreglos logrando un efecto escalera dando una mejor imagen.

Es así que el total de la inversión en mobiliario y equipo será de **\$62,542.63** para el inicio de operaciones de la florería.

3.5 Lay out

El lay out es una herramienta que nos ayuda a saber la distribución de todo lo que habrá dentro del local, por ejemplo: donde se ubicará la recepción de clientes, la exhibición de los arreglos, los rollos de flores y la bodega.

Así mismo el local cuenta con 40m² (5 metros de largo y 8 metros de ancho), generando un costo de renta mensual por \$3,000.00, el cual se dividirá en dos áreas: una la atención al cliente, para la bodega, el espacio del baño y el comedor.

Por lo que se refiere a la atención al cliente está será personalizada contando con el escritorio, la computadora e impresora, el archivero y la caja registradora, en este espacio se tomarán los pedidos al cliente y se realizarán el pago de los mismos.

Se tendrá un estante que exhiba las diferentes bases que se podrán utilizar para determinado arreglo, así como algunos accesorios que puedan decorar el arreglo.

A la entrada se podrán observar los arreglos que ya se tienen armados, el tiempo de vida de estos arreglos será de tres días.

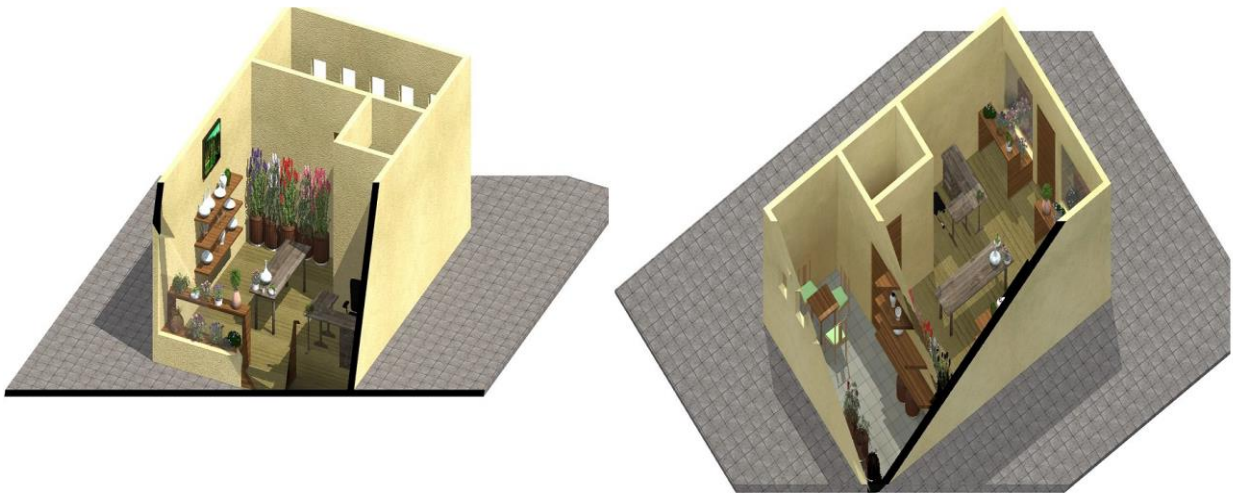
Se estiman algunos botes donde se exhibirá la flor de rollo, una mesa de trabajo donde el cliente podrá observar con que material y equipo es realizado el arreglo.

En el área de bodega se contará con otro estante donde se colocarán más bases para arreglos, así como papel china, moños de celoseda, esponjas, piedras decorativas y alambres para decorar.

Se contará con cestos de basura dentro de la bodega, ahí estarán tanto las flores como el follaje dentro de cubetas con el líquido hidratante logrando conservarlas por más tiempo. Además se guardará el material de limpieza como: escoba, recogedor, cepillo, trapeador y demás utensilios para mantener limpio el local. También se guardarán las herramientas de trabajo así mismo se contará con un pequeño comedor para los empleados.

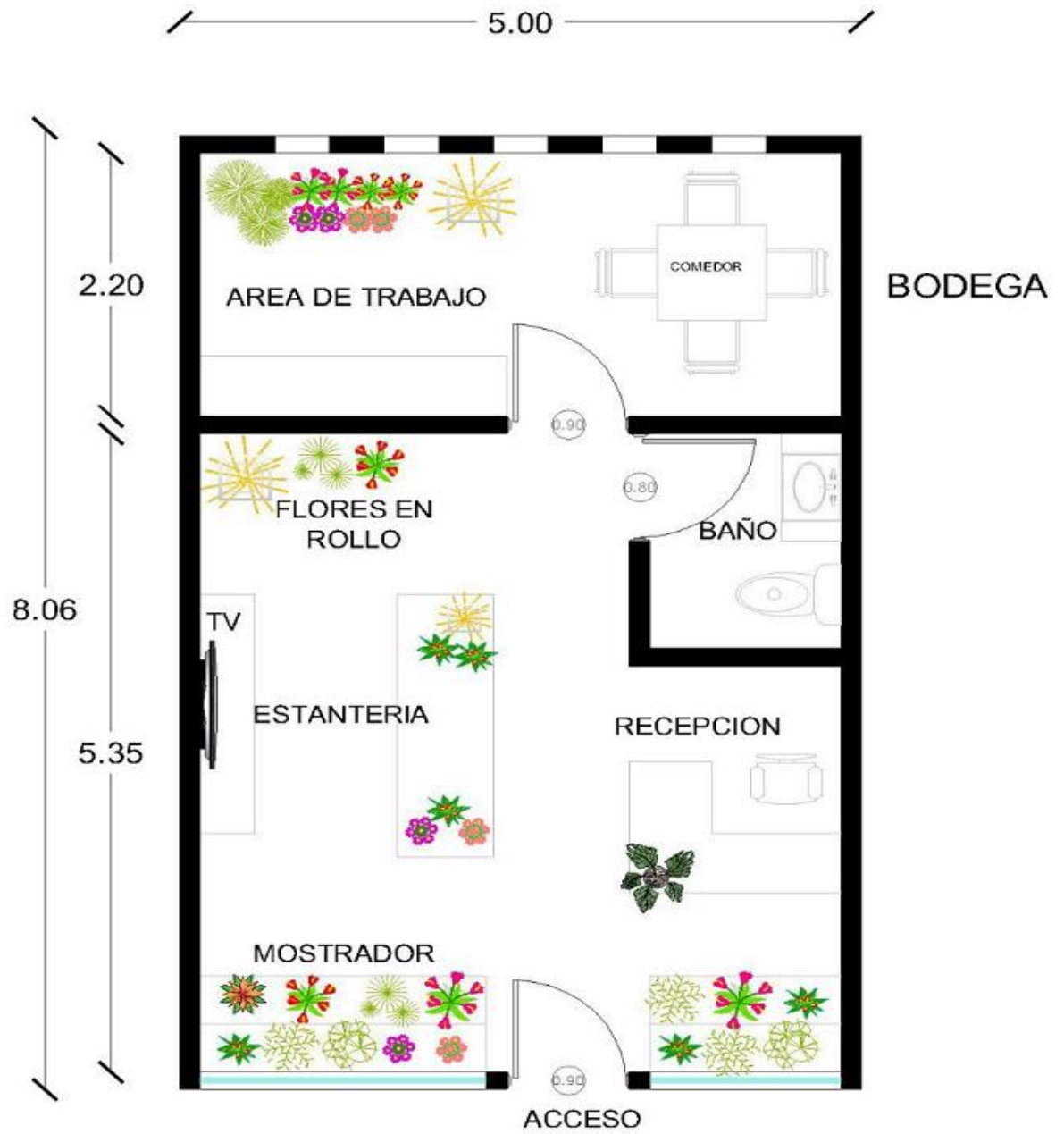
El acomodo de las áreas se realizará de acuerdo al mejor funcionamiento de los espacios en el local.

Imagen 5. Lay out (maqueta virtual)



Fuente: Elaborado por una arquitecta con el programa Artlantis Studio

Imagen 6. Lay out (planta arquitectónica I)



Fuente: Elaborado por una arquitecta con el programa Artlantis Studio

Imagen 7. Lay out (planta arquitectónica II)



Fuente: Elaborado por una arquitecta con el programa Artlantis Studio

Por otro lado en todo momento el gerente y el personal mantendrán ordenada el área de la bodega, para que no existan residuos a la vista del público de la hechura de los arreglos.

Se contará con un sistema de primeras entradas primeras salidas (PEPS) logrando que los arreglos siempre sean de calidad.

Los inventarios como el control de las entradas y salidas de mercancía serán cada mes. Estos serán aprovechados realizar los pedidos a proveedores para determinar si será necesario acudir más de tres veces por semana por la materia prima, sin olvidar que dependerá de la temporada.

Es así que al concluir este capítulo se tiene la información del costo total requerido de los recursos materiales e iniciar con la operación de la florería, de igual manera los procesos y el tiempo que se requerirá para realizar un arreglo floral.

Capítulo IV. Estudio Organizacional

En este capítulo se muestran los elementos administrativos y organizacionales para operar la florería. Se definirá el recurso humano a utilizar para la correcta operación de está. La figura jurídica que adquirirá así como los derechos y obligaciones las ventajas al poder contar con un crédito de instituciones financieras.

Un proyecto por muy rentable que sea definitivamente debe antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes. La primera es la constitucional legal de la empresa, la ley dicta los tipos de sociedades permitidas tanto su funcionamiento como las restricciones que tendrá (Núñez, 2014).

4.1 Marco Legal

En la estructura legal se explica la serie de normas desde las diferentes áreas tanto fiscal, sanitaria, civil y penal la cual debe estar sujeta cualquier tipo de proyecto de inversión o actividad empresarial.

La estructura legal que se contempla responde a disposiciones legales de tipo local, es decir, aquellos reglamentos y normas vigentes en el municipio de Valle de Bravo.

Una sociedad adquiere personalidad jurídica cuando se inscribe en el Registro Público de Comercio y realiza un Acta Constitutiva, con esto adquiere derechos y obligaciones, ventajas como adquirir créditos con instituciones financieras o realizar transacciones de compra venta con clientes y proveedores (Morales & Morales, 2009).

Para fines fiscales, es necesario definir si una persona o un grupo de personas realizarán sus actividades económicas ya sea constituyéndose como persona física o como persona moral:

- Persona física: es un individuo con capacidad para contraer obligaciones y ejercer derechos.
- Persona moral: es una agrupación de personas que se unen con un fin determinado, por ejemplo, una sociedad mercantil, una asociación civil.

Para el caso de la florería la personalidad jurídica con la que contará será una persona moral.

4.1.1. Tipo de Sociedad

Se formará una Sociedad Anónima de Capital Variable conforme lo establece la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM, 2016) pues se consideró que está es la sociedad más viable para los socios.

Las ventajas principales de este tipo de sociedad son: poder disponer de las técnicas y habilidades de cada socio, existe más capital de inversión disponible, los socios sólo pagan impuestos sobre ingreso personal, las sociedades se gravan igual que las propiedades únicas, el ingreso total de la empresa se considera ingreso personal de los socios; esto significa que no hay que pagar impuestos sobre ingreso por separado y las pérdidas de la empresa son deducibles de los impuesto sobre ingresos personales de cada socio (LGSM, 2016) .

La Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM, 2016) en su capítulo V define:

Art. 87. Sociedad Anónima “Sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones”

Artículo 88.- “La denominación se formará libremente, pero será distinta de la de cualquiera otra sociedad y al emplearse irá siempre seguida de las palabras “Sociedad Anónima” o de su abreviatura “S.A.”

Artículo 89.- Para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere:

I.- Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos.

II.- Que el contrato social establezca el monto mínimo del capital social y que esté íntegramente suscrito.

III.- Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario.

IV.- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

En esta misma ley refieren las características de una Sociedad Anónima de Capital Variable:

Art. 213. Sociedad de Capital Variable “En las sociedades de capital variable, el capital social será susceptible de aumento por aportaciones posteriores de los socios o por admisión de nuevos socios, y de disminución de dicho capital por retiro parcial o total de las aportaciones, sin más formalidades que las establecidas”

Artículo 214.- Las sociedades de capital variable se regirán por las disposiciones que correspondan a la especie de sociedad de que se trate, y por las de la sociedad anónima relativa a balances y responsabilidades de los administradores, salvo las modificaciones que se establecen en el presente capítulo.

Artículo 215.- A la razón social o denominación propia del tipo de sociedad, se añadirán siempre las palabras “de capital variable”.

Artículo 219.- Todo aumento o disminución del capital social deberá inscribirse en un libro de registro que al efecto llevará la sociedad.

Artículo 220.- El retiro parcial o total de aportaciones de un socio deberá notificarse a la sociedad de manera fehaciente y no surtirá efectos sino hasta el fin del ejercicio anual en curso, si la notificación se hace antes del último trimestre de dicho ejercicio, y hasta el fin del ejercicio siguiente, si se hiciera después.

Artículo 221.- No podrá ejercitarse el derecho de separación cuando tenga como consecuencia reducir a menos del mínimo el capital social.

La sociedad anónima es la más recomendable, porque protege los bienes e intereses de los socios, estableciendo un límite de responsabilidad la cual es el capital invertido en la empresa, mientras que otros tipos de sociedad tienen una responsabilidad ilimitada por lo que llegan a utilizar incluso los bienes privados de los socios .

De acuerdo a la Notaria Publica No. 57 de Valle de Bravo en el Estado de México, el costo de constituir una Sociedad Anónima de Capital Variable es de \$12,000, esto contempla el permiso de la Secretaría de Economía, la escritura y el Registro Público de Comercio.

4.1.2 Constitución de la Empresa

Existen dos procedimientos para constituir una sociedad anónima: la primera con una constitución simultánea o por comparecencia ante fedatario público y la segunda con una constitución sucesiva o suscripción pública.

Para la Sociedad Anónima de Capital Variable que se constituirá se acudirá ante notario público, como se marca en el artículo 5 de la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM, 2016).

Artículo 5o. Las sociedades se constituirán ante fedatario público y en la misma forma se harán constar con sus modificaciones. El fedatario público no autorizará la escritura o póliza cuando los estatutos o sus modificaciones contravengan lo dispuesto por esta Ley.

Artículo 6o. La escritura o póliza constitutiva de una sociedad deberá contener:

I.- Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad;

II.- El objeto de la sociedad;

III.- Su razón social o denominación;

IV.- Su duración, misma que podrá ser indefinida;

V.- El importe del capital social;

VI.- La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y el criterio seguido para su valorización. Cuando el capital sea variable, así se expresará indicándose el mínimo que se fije;

VII.- El domicilio de la sociedad;

VIII.- La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores;

IX.- El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social;

X.- La manera de hacer la distribución de las utilidades y pérdidas entre los miembros de la sociedad;

XI.- El importe del fondo de reserva;

XII.- Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente, y

XIII.- Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y el modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente.

4.2 Régimen fiscal

Debido a que la empresa será una Sociedad Anónima de Capital Variable, como se mencionó está será una persona moral.

Las obligaciones que se adquieren son las siguientes, estas aparecen en la página del Servicio de Administración Tributaria (SAT, 2017):

- Inscripción o alta en el Registro Federal de Contribuyentes
- Expedición de comprobantes fiscales
- Llevar contabilidad
- Presentar declaraciones y pagos mensuales así como declaraciones anuales
- Presentar la declaración informativa de operaciones con terceros
- Presentar declaraciones informativas anuales
- Mantener actualizados los datos en el Registro Federal de Contribuyentes

La empresa cumplirá todas las normas establecidas en la ley de Impuestos Sobre la Renta, así como el registro ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, para dar crédito a los impuestos correspondientes; todos los trámites antes mencionados no tienen ningún costo.

4.3 Marco Normativo Laboral

La ley Federal del Trabajo establece los principios por los que se rige la relación de patrón – obrero, derechos, obligaciones, las relaciones colectivas de trabajo, personal jurídico de las Juntas de Conciliación y Arbitraje con representantes tanto de los trabajadores como de los patrones, procedimientos de ejecución, responsabilidades y sanciones (LFT, 2016).

Se hablará del salario mínimo, las vacaciones, el reparto de utilidades y todas las prestaciones que otorga el patrón a los trabajadores teniendo una de mayor importancia siendo la inscripción al Seguro Social (LFT, 2016).

De acuerdo con el Reglamento de la Ley del Seguro Social en materia de afiliación es necesario realizar lo siguiente (LDS, 2015):

- I. El registro de los patrones y demás sujetos obligados, así como la inscripción de los trabajadores y demás sujetos de aseguramiento del Régimen Obligatorio;
- II. El aseguramiento de los sujetos de continuación o incorporación voluntaria al Régimen Obligatorio y del Seguro de Salud para la Familia;
- III. La determinación y pago de las cuotas, capitales constitutivos, actualización y recargos, a cargo de patrones, demás sujetos obligados y, en su caso, de trabajadores; de los gastos por inscripciones improcedentes y los demás conceptos que el Instituto tenga derecho a exigir a personas no derechohabientes, de conformidad con lo dispuesto por la Ley del Seguro Social y demás disposiciones legales o reglamentarias aplicables;
- IV. La clasificación de las empresas y la determinación de la prima para la cobertura del Seguro de Riesgos de Trabajo, a que se refiere la Ley del Seguro Social;
- V. El dictamen y la corrección sobre el cumplimiento de las obligaciones de los patrones ante el Instituto;

VI. La comprobación del cumplimiento de las obligaciones legales, reglamentarias y administrativas ante el Instituto, y

VII. La determinación, imposición y pago de multas, y aplicación de otras sanciones, por infracciones a las disposiciones de la Ley del Seguro Social y sus reglamentos.

Teniendo en cuenta todo lo anterior la florería se apegará a la ley.

4.4 Organización

La organización es un agrupamiento de actividades necesarias para lograr los objetivos de la empresa, en esta se realiza la asignación de cierto grupo a un administrador, el cual se encargará de supervisar, en este se asignan las responsabilidades (Morales & Morales, 2009).

Es importante la organización en los proyectos de inversión por:

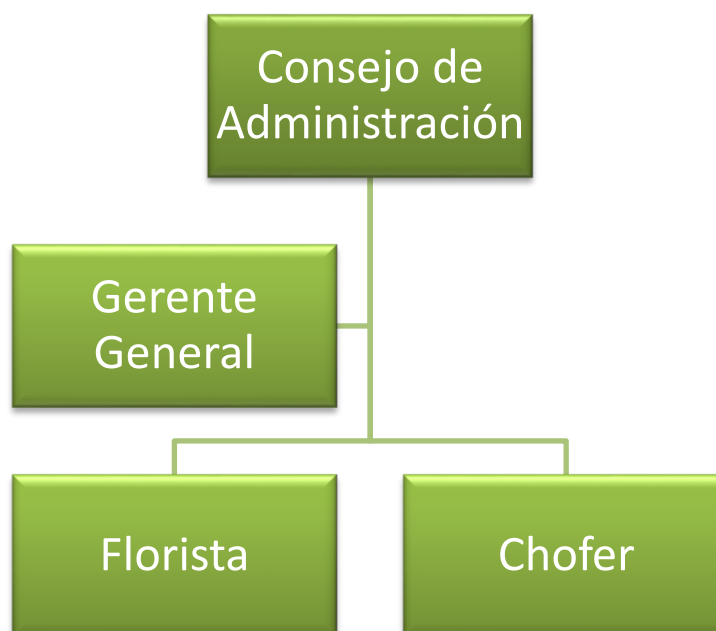
- Dota de una estructura a la organización que hace posible el proyecto de inversión.
- Se establecen las funciones que debe tener cada uno de los elementos humanos que integrarán el organismo.
- Se definen la responsabilidad, las obligaciones, la autoridad, y contribución a los objetivos organizacionales por parte de los elementos humanos, así como de las diversas áreas de trabajo en el con-texto global de la organización.
- Se construye la representación gráfica de la organización mediante el organigrama.
- Se evita la duplicidad de funciones.

- Se evita la fuga de las responsabilidades, se define con exactitud la contribución de cada elemento humano dentro de la consecución de los objetivos
- Se logra establecer la intervención humana en el funcionamiento de las organizaciones o de los proyectos de inversión de manera muy específica.
- Se realiza una lista del número de personas que laborarán en el organismo y que se considerarán en los estados financieros proyectados a fin de cuantificar el sueldo y las prestaciones que deberá percibir cada trabajador.

4.4.1 Organigrama

Por lo que se refiere al organigrama ayudará a ejemplificar la organización de la empresa, señalando la autoridad, responsabilidad y la comunicación que debe existir en cada uno de los puestos, para llevar a cabo la operación correcta de la florería.

Figura 3. Organigrama de la Empresa



Fuente: Elaboración Propia

4.4.2 Descripción de Puestos

Es cuanto al personal será necesario que cuente con experiencia en la atención al cliente así como la habilidad para realizar los arreglos florales, en el caso del florista.

De igual forma el gerente debe tener la habilidad de ser un líder, administrar, registrar y contar. El chofer necesitará la licencia de conducir tipo "B" (chofer). Todo el personal debe ser amable, honesto, respetuoso, pro activo, responsable, organizado y lo más importante saber trabajar en equipo.

Consejo de Administración: Será el grupo de socios, los cuales tendrán reuniones con el gerente general y se les dará un informe periódico del estado actual de la empresa.

Gerente General: Será la persona encargada de: llevar la administración adecuada de la empresa para una mejor rentabilidad, conocer toda la información tanto financiera como contable para la mejor toma de decisiones.

Desarrollando un buen ambiente de trabajo con los clientes, personal a su cargo y proveedores así logrando el buen funcionamiento de la empresa.

Florista: Se encargará de elaborar los arreglos florales de acuerdo a los diseños que se tengan en el catálogo o algún diseño nuevo del cliente, mantendrá su área de trabajo limpia y en orden, ayudará al gerente a realizar los pedidos de las materias primas, tomar nota de los pedidos de los clientes cuando el gerente salga a comer, ayudar al gerente a realizar los inventarios y en algunos casos acompañar al chofer por la materia prima que no se recibe directamente en el local.

Chofer: Encargado de la entrega de los arreglos florares a domicilio, llegando en tiempo y forma, acudir por la materia prima tres veces a la semana, si fuera necesario un día extra, debiendo mantener limpia la unidad así como en buen estado.

Tabla 11. Sueldos

Puesto	Requisito	Sueldo Mensual
Gerente General	Licenciatura, pasante o carrera trunca en área económica - administrativa.	\$ 8,000.00
Florista	Con experiencia en la elaboración de arreglos florales	\$ 6,000.00
Chofer	Contar con experiencia de chofer y licencia.	\$ 4,000.00

(*) Incluye todo tipo de prestaciones

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo V. Estudio Financiero

En este capítulo encontraremos el análisis financiero del proyecto de inversión después de haber llevado a cabo el estudio de mercado, técnico y administrativo ya que es necesario cuantificar el monto de la inversión requerida para poner en marcha dicho proyecto, así como el análisis de factibilidad que permitirá saber la viabilidad que tendrá.

El estudio financiero se elabora con la información que ofrecen los datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, entre otros; que determinará los flujos de efectivo que producirá el proyecto determinando su evaluación.

5.1 Inversión Total

Para determinar el monto de inversión inicial requerida se calculó, en base a la inversión fija, diferida y al capital de trabajo, siendo éste el capital inicial con el principio de las operaciones del proyecto.

El siguiente cuadro muestra la inversión inicial requerida para la puesta en marcha de la florería:

Tabla 12. Resumen de la inversión requerida

Concepto / Periodo	Miles de pesos
I. Inversión Fija	\$ 302,296.06
II. Inversión Diferida	\$ 30,529.00
III. Capital de Trabajo	\$ 5,000.49
IV. Total de la inversión	\$ 337,825.55

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Inversión de la florería

Concepto / Periodo	Miles de pesos
I. Inversión Fija	
Equipo de computo	\$ 12,294.00
Equipo de Oficina	\$ 24,105.00
Vehículo	\$ 250,000.00
Herramientas	\$ 555.00
Artículos de Escritorio	\$ 12,330.00
Papelería	\$ 3,012.06
Total	\$ 302,296.06
II. Inversión Diferida	
Constitución de la empresa	\$ 12,000.00
Alta en el Sistema Empresarial Mexicano	\$ 640.00
Propaganda y publicidad	\$ 11,100.00
Licencias y permisos	\$ 1,200.00
Contrato de internet, teléfono y cable	\$ 529.00
Costo de elaboración del proyecto	\$ 30,000.00
Total	\$ 30,529.00
III. Capital de Trabajo	
Efectivo	\$ 5,000.49
IV. Total de la inversión	\$ 337,825.55

Fuente: Elaboración propia

5.1.1 Inversión Fija

Respecto a la inversión fija está se refiere a todo tipo de activos cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias, activos fijos tangibles tales como terreno,

obras físicas, además de la adquisición de mobiliario y equipo para poner en marcha el proyecto.

Tabla 14. Inversión fija de la florería

I. Inversión Fija	
Equipo de computo	\$ 12,294.00
Equipo de Oficina	\$ 24,105.00
Vehículo	\$ 250,000.00
Herramientas	\$ 555.00
Artículos de Escritorio	\$ 12,330.00
Papelería	\$ 3,012.06
Total	\$ 302,296.06

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Inversión Diferida

En cuanto a la inversión diferida se realizará en bienes y servicio intangibles que son indispensables para la florería, pero no se interponen directamente en la producción. Por ser intangibles, a diferencia de las inversiones fijas, están sujetas a amortización y se recuperan a un largo plazo.

Tabla 15. Inversión diferida de la florería

II. Inversión Diferida	
Constitución de la empresa	\$ 12,000.00
Alta en el Sistema Empresarial Mexicano	\$ 640.00
Propaganda y publicidad	\$ 11,100.00
Licencias y permisos	\$ 1,200.00

Contrato de internet, teléfono y cable	\$ 529.00
Costo de elaboración del proyecto	\$ 30,000.00
Total	\$ 30,529.00

Fuente: Elaboración propia

5.1.3 Capital de Trabajo

En relación al capital de trabajo está conformado por un presupuesto de todos los gastos que se necesitan en un mes para producir un bien tales como: los insumos, costos de venta y todos los que tengan relación directa con la producción en este caso sería un arreglo floral, corona o ramo por mencionar algunos. Es necesario un capital mensual para el inicio del funcionamiento de la empresa.

Para el cálculo del capital de trabajo se considera que se venderán 2,160 arreglos, 192 coronas y 3,360 rollos de flor en el primer año con un precio promedio de \$ 270.00 los arreglos, \$ 380.00 y \$30.00 respectivamente sin olvidar que se ofrecerán productos extras como: ramos de novias o XV, centros de mesas, arcos de flores, entre otros.

Tabla 16. Capital de trabajo para la Florería

Concepto	Semana					
	1	2	3	4	5	6
Ingresos	\$ 6,740.00	\$ 7,720.00	\$ 8,320.00	\$ 10,380.00	\$ 9,950.00	\$ 10,660.00
Gastos	\$ 8,545.93	\$ 8,973.66	\$ 9,459.16	\$ 9,975.64	\$ 10,567.54	\$ 11,248.55
Saldo	-\$ 1,805.93	-\$ 1,253.66	-\$ 1,139.16	\$ 404.36	-\$ 617.54	-\$ 588.55
Acumulado	-\$ 1,805.93	-\$ 3,059.60	-\$ 4,198.76	-\$ 3,794.40	-\$ 4,411.94	-\$ 5,000.49

Fuente: Elaboración propia

5.2 Financiamiento

Acerca del financiamiento se analizarán los recursos monetarios que se destinarán para el desarrollo del proyecto.

Para la puesta en marcha se cuenta con el apoyo de los socios, cuya aportación en el capital social de la florería se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 17. Aportaciones de socios en el capital social de la florería

Socios	Aportación (\$)	Aportación (%)
Flores Jaramillo María de la Cruz	\$ 67,565.11	20%
Jaramillo Jaramillo Genoveva Alicia	\$ 135,130.22	40%
Flores Morales Mario	\$ 67,565.11	20%
Flores Jaramillo Dominga	\$ 67,565.11	20%

Fuente: Elaboración propia

5.3 Depreciaciones y Amortizaciones

La depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos, es decir, se deprecian; en cambio la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, está con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión (Baca, 2013).

Tabla 18. Depreciaciones y Amortizaciones de la florería

Concepto / Periodo	Valor Original	Tasa %	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
I.DEPRECIACIONES								
Equipo de computo	\$ 12,294.00	30%	\$ 3,688.20	\$ 3,688.20	\$ 3,688.20	\$ 1,229.40	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 24,105.00	10%	\$ 2,410.50	\$ 2,410.50	\$ 2,410.50	\$ 2,410.50	\$2,410.50	\$ 12,052.50
Vehículo	\$ 250,000.00	25%	\$ 62,500.00	\$ 62,500.00	\$ 62,500.00	\$ 62,500.00	\$ -	\$ -
Herramientas	\$ 555.00	10%	\$ 55.50	\$ 55.50	\$ 55.50	\$ 55.50	\$ 55.50	\$ 277.50
Artículos de Escritorio	\$ 12,330.00	10%	\$ 1,233.00	\$ 1,233.00	\$ 1,233.00	\$ 1,233.00	\$1,233.00	\$ 6,165.00
II.AMORTIZACIONES								\$ -
Constitución de la empresa	\$ 12,000.00	10%	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$1,200.00	\$ 6,000.00
Alta en el Sistema Empresarial Mexicano	\$ 640.00	10%	\$ 64.00	\$ 64.00	\$ 64.00	\$ 64.00	\$ 64.00	\$ 320.00
Propaganda y publicidad	\$ 11,100.00	10%	\$ 1,110.00	\$ 1,110.00	\$ 1,110.00	\$ 1,110.00	\$1,110.00	\$ 5,550.00
Licencias y permisos	\$ 1,200.00	10%	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 600.00
Contrato de internet, teléfono y cable	\$ 529.00	10%	\$ 52.90	\$ 52.90	\$ 52.90	\$ 52.90	\$ 52.90	\$ 264.50
Costo de elaboración del proyecto	\$ 30,000.00	10%	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$3,000.00	\$ 15,000.00
Total	\$ 354,753.00		\$ 75,434.10	\$ 75,434.10	\$ 75,434.10	\$ 72,975.30	\$9,245.90	\$ 46,229.50

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla anterior, los cargos a realizarse en los próximos cinco años, teniendo claras las respectivas leyes fiscales, el mobiliario de oficina que se devalúa a una tasa del 30%, el equipo de oficina en un 10% y el transporte con un 25%, al mismo tiempo las inversiones diferidas previas a la instalación del negocio son acreedoras a una tasa de amortización del 10%. El Valor Residual para el proyecto dentro de cinco años será de \$ 46,229.50.

5.4 Presupuestos de Operación

Otro punto de gran importancia para el futuro del proyecto será el fijar los costos a sufragar tanto en el presente como para el futuro esto permitirá vislumbrar un panorama más acertado.

Simultáneamente se mostrarán los flujos anuales que se percibirán tanto en el rubro de ingresos como los que por distribuyen por el concepto de gastos, teniendo en cuenta que solo se percibirán ingresos por la venta de flores.

Tabla 19. Proyección de ingresos, costos y gastos de la florería

Concepto / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
I.INGRESOS POR VENTAS	\$ 758,903.25	\$ 804,437.45	\$ 852,703.70	\$ 903,865.92	\$ 958,097.87
II. COSTO DE PRODUCCIÓN					
Materia prima	\$ 153,120.00	\$ 159,244.80	\$ 165,614.59	\$ 172,239.18	\$ 179,128.74
Mano de obra	\$ 72,000.00	\$ 75,600.00	\$ 79,380.00	\$ 83,349.00	\$ 87,516.45
Electricidad	\$ 1,800.00	\$ 1,908.00	\$ 2,022.48	\$ 2,143.83	\$ 2,272.46
Agua	\$ 1,200.00	\$ 1,272.00	\$ 1,348.32	\$ 1,429.22	\$ 1,514.97
TOTAL	\$ 228,120.00	\$ 238,024.80	\$ 248,365.39	\$ 259,161.22	\$ 270,432.62
III. GASTOS TOTALES					
A. GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios	\$ 144,000.00	\$ 151,200.00	\$ 158,760.00	\$ 166,698.00	\$ 175,032.90
Papelería	\$ 2,100.00	\$ 2,247.00	\$ 2,381.82	\$ 2,524.73	\$ 2,676.21
Renta del Local	\$ 36,000.00	\$ 36,000.00	\$ 36,000.00	\$ 36,000.00	\$ 36,000.00
Cable, teléfono e Internet	\$ 6,348.00	\$ 6,348.00	\$ 6,348.00	\$ 6,348.00	\$ 6,348.00
TOTAL	\$ 188,448.00	\$ 195,795.00	\$ 203,489.82	\$ 211,570.73	\$ 220,057.11
B. GASTOS DE VENTA					
Mantenimiento del transporte y gasolina	\$ 154,281.60	\$ 160,452.86	\$ 166,870.98	\$ 173,545.82	\$ 180,487.65
Propaganda y Publicidad	\$ 9,990.00	\$ 10,189.80	\$ 10,393.60	\$ 10,601.47	\$ 10,813.50
TOTAL	\$ 164,271.60	\$ 170,642.66	\$ 177,264.57	\$ 184,147.29	\$ 191,301.15
C. GASTOS FINANCIEROS					
Apertura de cuenta	\$ 5,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 5,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IV. TOTAL DE COSTOS Y GASTOS (II + III)	\$ 585,839.60	\$ 604,462.46	\$ 629,119.79	\$ 654,879.24	\$ 681,790.88

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta la tabla, la relación de ingresos es favorable con respecto a los costos y gastos derivados, pues la florería en ningún momento incurre en cifras negativas conforme pasan los años, la ganancia va aumentando así también las salidas de capital aumentan en una cantidad pequeña.

Con base en el estudio de mercado y el crecimiento del mercado se calcula que se tendrán un incremento en los ingresos del 6% anualmente. Esto nos indica que para el periodo de los cinco años los ingresos superaran a los egresos.

5.4.1 Presupuesto de Ingresos

Por otra parte el presupuesto de ingresos trata del dinero que ingresará a la florería a partir del desarrollo de la actividad comercial (venta de arreglos flores).

Las previsiones monetarias deben estimarse con realismo y teniendo en cuenta diversos aspectos que repercutirán sobre los potenciales ingresos tales como: la situación económica, el estado de la demanda, la fortaleza de la competencia, la capacidad del negocio, entre otras. Para los ingresos se calcula que se tendrá un crecimiento anual del 6%.

Tabla 20. Ingresos por ventas

Concepto / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
I. INGRESOS POR VENTAS	\$ 758,903.25	\$ 804,437.45	\$ 852,703.70	\$ 903,865.92	\$ 958,097.87

Fuente: Elaboración propia

5.4.2 Presupuesto de Costos y Gastos

De la misma forma es importante que la florería cuente con un presupuesto de costos y gastos que le permitirán saber cuál es el capital que necesita para que sus actividades no se vean interrumpidas y siempre tener documentados los gastos cotidianos del establecimiento.

Tabla 21. Costo de producción

II. COSTO DE PRODUCCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	\$ 153,120.00	\$ 159,244.80	\$ 165,614.59	\$ 172,239.18	\$ 179,128.74
Mano de obra	\$ 72,000.00	\$ 75,600.00	\$ 79,380.00	\$ 83,349.00	\$ 87,516.45
Electricidad	\$ 1,800.00	\$ 1,908.00	\$ 2,022.48	\$ 2,143.83	\$ 2,272.46
Agua	\$ 1,200.00	\$ 1,272.00	\$ 1,348.32	\$ 1,429.22	\$ 1,514.97
TOTAL	\$ 228,120.00	\$ 238,024.80	\$ 248,365.39	\$ 259,161.22	\$ 270,432.62

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien el costo de la materia prima será producto de adquirir el suficiente material que le permitirá satisfacer la demanda de los 2,160 arreglos al año, 192 coronas y 3,360 rollos de flores; se planea ordenar 2017 paquetes de variedad de flores tales como: rosa, gerbera, margarita, astromelia, girasol, gladiola, polar, clavel y lilis; paquetes de follaje; bases de cristal de estrella o cuadrados, bases redondas, bases de cristal alargadas, bases de cerámica chicas, medianas y grandes, además gemas, piedras decorativas, listones de colores, rollos de malla decorativa, cajas de espuma fenólica con un costo de \$ 228,120.00 proyectado a 5 años, considerando un crecimiento de ventas de un 6% llegando a la cantidad de \$ 270,432.62.

Así mismo el salario del florista se considerará en este apartado porque sin esta persona no sería posible la producción; el monto final resulta de multiplicar el sueldo mensual de \$6,000.00 por los 12 meses del año.

Tabla 22. Gastos totales

III. GASTOS TOTALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios	\$ 144,000.00	\$ 151,200.00	\$ 158,760.00	\$ 166,698.00	\$ 175,032.90
Papelería	\$ 2,100.00	\$ 2,247.00	\$ 2,381.82	\$ 2,524.73	\$ 2,676.21
Renta del Local	\$ 36,000.00	\$ 36,000.00	\$ 36,000.00	\$ 36,000.00	\$ 36,000.00
Cable, teléfono e Internet	\$ 6,348.00	\$ 6,348.00	\$ 6,348.00	\$ 6,348.00	\$ 6,348.00
TOTAL	\$ 188,448.00	\$ 195,795.00	\$ 203,489.82	\$ 211,570.73	\$ 220,057.11
B. GASTOS DE VENTA					
Mantenimiento del transporte y gasolina	\$ 154,281.60	\$ 160,452.86	\$ 166,870.98	\$ 173,545.82	\$ 180,487.65
Propaganda y Publicidad	\$ 9,990.00	\$ 10,189.80	\$ 10,393.60	\$ 10,601.47	\$ 10,813.50
TOTAL	\$ 164,271.60	\$ 170,642.66	\$ 177,264.57	\$ 184,147.29	\$ 191,301.15
C. GASTOS FINANCIEROS					
Apertura de cuenta	\$ 5,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 5,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IV. TOTAL DE COSTOS Y GASTOS (II + III)	\$ 585,839.60	\$ 604,462.46	\$ 629,119.79	\$ 654,879.24	\$ 681,790.88

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los gastos administrativos resultarán de calcular los gastos en salarios que serán los \$ 8,000.00 mensuales del gerente más los \$ 4,000.00 del chofer; más \$ 579.00 de gastos por tv, teléfono e internet, una renta del local de \$3,000 mensuales y papelería por la cantidad de \$ 2,100.00 derivado de adquirir folders, hojas, notas de remisión, papel, entre otros dando un total de \$188,448.00.

En cuanto a los gastos de venta, estos se derivarán del mantenimiento de la camioneta que incluye afinación, revisión del freno de mano, funcionamiento de limpiaparabrisas, luces exteriores, condición de batería y alternador, niveles de aceite, presión de llantas, revisión de amortiguadores y la presión de esta. Sin olvidar la publicidad en paquetes de flyers, perifoneo para anunciar la apertura.

De la misma forma los gastos financieros son de \$ 5,000 por mantener abierta y con saldo a favor la cuenta bancaria para algún imprevisto.

5.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables (Baca, 2013).

Se debe de tomar en cuenta que el nivel de equilibrio se alcanzará cuando los ingresos por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y variables, siendo ese el nivel en el cual no se pierde ni se gana dinero pero si la florería incrementará sus ventas y logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio para obtener un beneficio positivo, en cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.

Para determinar el punto de equilibrio de la florería en el primer año, se determinarán cuáles son los costos fijos y variables totales, así como el volumen de ventas.

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{VT}\right)}$$

Dónde:

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

VT = Ventas Totales

Costos Fijos	
Sueldos y salarios	\$ 144,000.00
Renta del Local	\$ 36,000.00
Cable, telefono e Internet	\$ 6,348.00
TOTAL	\$ 186,348.00

Fuente: Elaboración propia

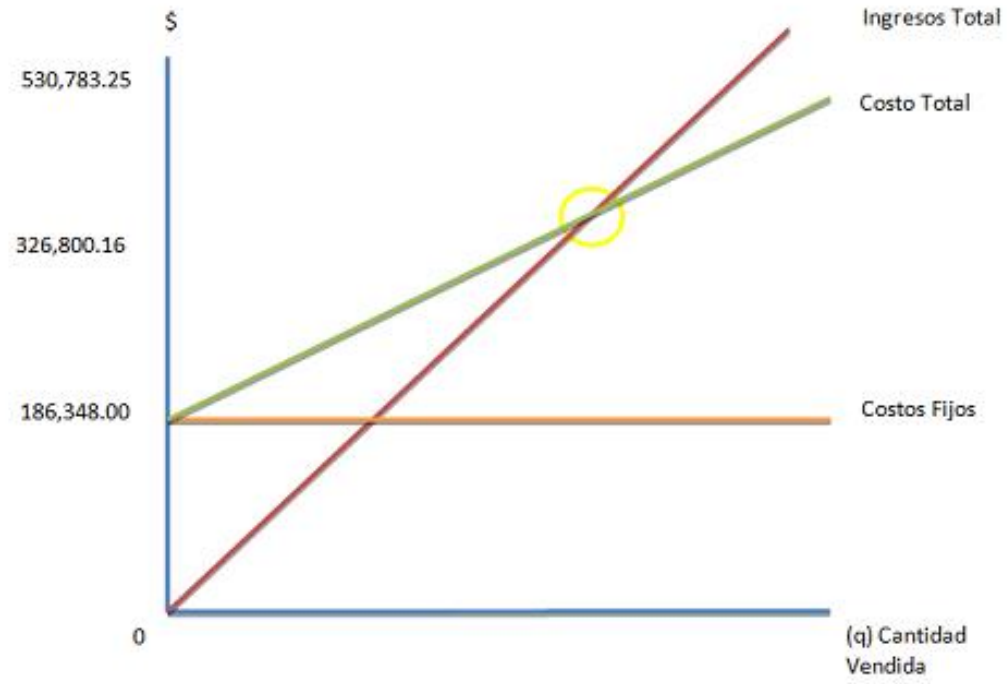
Costos Variables	
Materia prima	\$ 153,120.00
Papelería	\$ 2,100.00
Mantenimiento del transporte y gasolina	\$ 154,281.60
Propaganda y Publicidad	\$ 9,990.00
TOTAL	\$ 228,120.00

Fuente: Elaboración propia

Costos Fijos	\$ 186,348.00
Costos Variables	\$ 228,120.00
Ventas Totales	\$ 530,783.25
Punto de Equilibrio	\$ 326,800.16

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 12. Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

5.6 Estados Financieros Proforma

Los estados proforma son estados financieros proyectados basados normalmente con los datos de pronostican con un año de anticipación, lo que permitirá prever los resultados económicos que tendrá el proyecto una vez que se encuentre en operación.

5.6.1 Estados de Resultados

Es necesario recalcar que este es un estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona corresponde a un periodo determinado (por lo general un año). De los ingresos se deducen los costos y los gastos, con lo cual, finalmente, se obtienen las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos y repartos sobre utilidades (Morales & Morales, 2009).

Con relación al Estado de Resultados proyectado para los cinco años, se observa que se tendrá una utilidad en el primer año de \$75,174.76 y se irá incrementando paulatinamente en el que se observará la existencia de una utilidad en un futuro.

Tabla 23. Estado de Resultados Proforma

Concepto / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Ventas totales	\$ 758,903.25	\$ 812,026.48	\$ 860,748.07	\$ 912,392.95	\$ 967,136.53
2. Costo de lo Vendido	\$ 228,120.00	\$ 238,024.80	\$ 248,365.39	\$ 259,161.22	\$ 270,432.62
3. Utilidad Bruta	\$ 530,783.25	\$ 574,001.68	\$ 612,382.68	\$ 653,231.73	\$ 696,703.91
4. Gastos de administración	\$ 188,448.00	\$ 195,795.00	\$ 203,489.82	\$ 211,570.73	\$ 220,057.11
5. Gastos de venta	\$ 164,271.60	\$ 170,642.66	\$ 177,264.57	\$ 184,147.29	\$ 191,301.15
6. Gastos financieros	\$ 5,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
7. Depreciaciones y amortizaciones	\$ 75,434.10	\$ 75,434.10	\$ 75,434.10	\$ 72,975.30	\$ 9,245.90
8. Utilidad antes del ISR y PTU	\$ 97,629.55	\$ 132,129.92	\$ 156,194.18	\$ 184,538.42	\$ 276,099.75
9. ISR (23.52%)	\$ 22,454.80	\$ 30,389.88	\$ 35,924.66	\$ 42,443.84	\$ 63,502.94
10. PTU (Participación a trabajadores en las utilidades)		\$ 13,212.99	\$ 15,619.42	\$ 18,453.84	\$ 27,609.97
11. Utilida neta	\$ 75,174.76	\$ 88,527.04	\$ 104,650.10	\$ 123,640.74	\$ 184,986.83

Fuente: Elaboración propia

5.6.2 Flujo de Efectivo

El Flujo de Efectivo del proyecto tiene como fin mostrar como el dinero se gastó invirtió y las compras, contenido por dos partes una son las entradas reflejadas por las aportaciones de los socios, la segunda parte son las salidas reflejadas en las inversiones como los gastos a corto plazo.

En el cuadro se puede observar que la florería contará con el efectivo necesario para cubrir sus gastos por un mes y obtener ganancias, y a su vez se verá cómo se incrementará el efectivo en caja de \$5,000.49 logrando al término de los cinco años con un total de \$208,740.53.

Tabla 24. Flujo de Efectivo

Concepto / Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
I.ENTRADAS						
Aportación de Socios	\$ 337,825.55	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventas al contado	\$ -	\$ 758,903.25	\$ 804,437.45	\$ 852,703.70	\$ 903,865.92	\$ 958,097.87
Caja inicial	\$ -	\$ 5,000.49	\$ 150,608.86	\$ 168,466.14	\$ 186,102.01	\$ 204,455.80
TOTAL	\$ 337,825.55	\$ 758,903.25	\$ 804,437.45	\$ 852,703.70	\$ 903,865.92	\$ 958,097.87
II. SALIDAS						
Inversión Fija	\$ 302,296.06	\$ -				
Inversión Diferida	\$ 30,529.00	\$ -				
Inventarios	\$ -	\$ -				
Costo de producción	\$ -	\$ 228,120.00	\$ 238,024.80	\$ 248,365.39	\$ 259,161.22	\$ 270,432.62
Gastos de administración	\$ -	\$ 188,448.00	\$ 195,795.00	\$ 203,489.82	\$ 211,570.73	\$ 220,057.11
Gastos de venta	\$ -	\$ 164,271.60	\$ 170,642.66	\$ 177,264.57	\$ 184,147.29	\$ 191,301.15
Gastos financieros	\$ -	\$ 5,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ISR	\$ -	\$ 22,454.80	\$ 28,644.40	\$ 34,074.46	\$ 40,482.62	\$ 61,424.05
PTU	\$ -	\$ -	\$ 2,864.44	\$ 3,407.45	\$ 4,048.26	\$ 6,142.41
TOTAL	\$ 332,825.06	\$ 608,294.40	\$ 635,971.31	\$ 666,601.69	\$ 699,410.12	\$ 749,357.34
III. SALDO	\$ 5,000.49	\$ 150,608.86	\$ 168,466.14	\$ 186,102.01	\$ 204,455.80	\$ 208,740.53

Fuente: Elaboración propia

5.7 Evaluación financiera del proyecto

Es parte fundamental para la toma de decisiones del proyecto pues permite analizar la rentabilidad financiera con el fin de tener una base de indicadores financieros estables para los inversionistas. Además es una herramienta útil para el análisis de estrategias de recuperación.

5.7.1 Flujo Neto de Efectivo

El Flujo Neto de Efectivo se determina con los cambios que se producen ante un incremento de las utilidades, el importe de los Flujos de Efectivo es mayor y en consecuencia, la rentabilidad del proyecto de inversión; por el contrario, si la variación de los factores reduce las utilidades del proyecto de inversión, el rendimiento será menor al esperado (Morales & Morales, 2009).

El resultado del Flujo Neto de Efectivo de este proyecto será utilizado para técnicas de evaluación donde se podrá determinar la rentabilidad del proyecto. Comprenderá la utilidad neta proyectada durante un período de cinco años contando los montos correspondientes al pago por amortización y depreciación de los activos de la empresa.

Tabla 25. Flujo Neto de Efectivo

	Concepto / Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+	Ingreso por ventas	\$ -	\$ 758,903.25	\$ 804,437.45	\$ 852,703.70	\$ 903,865.92	\$ 958,097.87
-	Costos y Gastos (*)	\$ -	\$ 585,839.60	\$ 604,462.46	\$ 629,119.79	\$ 654,879.24	\$ 681,790.88
-	ISR Y PTU	\$ -	\$ 22,454.80	\$ 28,644.40	\$ 34,074.46	\$ 40,482.62	\$ 61,424.05
-	Inversión Fija y Diferida	\$ 332,825.06	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	Capital de Trabajo	\$ 5,000.49	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0
+	Valores Residuales y Recuperación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46,229.50
=	FNE	-\$ 337,825.55	\$ 150,608.86	\$ 171,330.58	\$ 189,509.45	\$ 208,504.06	\$ 261,112.44

* Sin incluir depreciaciones, ni amortizaciones de intangibles

Fuente: Elaboración propia

5.7.2 Costo de Capital o Tasa de Rendimiento Mínimo Aceptable (TREMA)

Todo proyecto de una empresa o institución antes de iniciar o de invertir en él, debe tener una tasa mínima de ganancia sobre la inversión, la cual se denomina tasa mínima aceptable de rendimiento que es el Costo de Capital.

El costo de capital es fundamental por dos razones:

- Minimizando el costo de capital es posible maximizar el valor de la firma del proyecto.
- La realización de los presupuestos de capital requiere un estimado del costo de capital.

Para la obtención de la TREMA se utilizará la siguiente fórmula (Baca, 2013, p.184):

$$TREMA = i + f + if$$

Dónde:

f = Tasa de inflación promedio de México, se tomó del mes de junio de 2017, con datos del Banco de México.

i = Premio al riesgo, que es el valor en porcentaje del riesgo en que incurre el proyecto en un determinado tiempo por un capital inicial invertido, la tasa de interés a la cual aspiran obtener los inversionistas es del 25%.

Sustituyendo en la fórmula, se obtiene:

$$TREMA = 25\% + 6.98 + (25\%)(6.98) = 33.73\%$$

5.7.3 Valor Presente Neto (VPN)

El método del valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la

equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial.

Un proyecto de inversión se puede aceptar y se dice que es rentable, si el valor presente neto de sus flujos de efectivo es mayor o igual a cero y se rechaza si este VPN es negativo.

La ecuación para calcular el VPN a lo largo de cinco años es la siguiente:

$$VPN = \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} - I$$

Donde:

FNE = Flujo Neto de Efectivo

I = Inversión inicial

i = TREMA

- Si $VPN > 0$ el proyecto es rentable.
- Si $VPN = 0$ el proyecto es indiferente.
- Si $VPN < 0$ el proyecto no es rentable.

Al utilizar los valores del Flujo Neto de Efectivo y sustituyendo los datos obtuve el siguiente Valor Presente Neto:

AÑO	FNE	1+i)1	FNE/(1+i)n
0	-337,825.55	0	
1	150,608.86	1.33725	\$ 112,625.80
2	158,876.49	1.78823756	\$ 88,845.29
3	174,694.47	2.39132068	\$ 73,053.55
4	190,902.92	3.19779358	\$ 59,698.33
5	234,406.33	4.27624946	\$ 54,815.87
		SUMA	\$ 389,038.85

Fuente: Elaboración propia

VPN	\$ 51,213.30
-----	--------------

En virtud del resultado del VPN obtenido en el cuadro anterior, se acepta el proyecto, por ser mayor a cero, lo que denota un incremento en las ganancias durante el horizonte de planeación del proyecto.

5.7.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Existen dos formas básicas de sacar la TIR: considerar los flujos netos de efectivo (FNE) del primer año como constantes a lo largo del horizonte de planeación, y considerar los efectos inflacionarios sobre los FNE de cada año. La primera consideración importante para la evaluación es que la inversión que se toma en cuenta para calcular la TIR es solo la inversión en activos fijos. La inversión en capital de trabajo no se toma en cuenta, debido a la propia naturaleza líquida de estos activos (Baca, 2013).

Para el caso de la florería se va a calcular una TIR sin inflación, con producción constante. Bajo esta consideración si varían a lo largo de los cinco años los FNE.

Los criterios para decidir la aceptación o rechazo de un proyecto por este método son los siguientes (Sapag, 2011):

- $VAN > 0$ y $TIR > 0$ la rentabilidad es superior a la exigida después de recuperar toda la inversión.
- $VAN = 0$ y $TIR > 0$ la rentabilidad es igual a la exigida después de recuperar toda la inversión
- $VAN < 0$ y $TIR > 0$ la rentabilidad es inferior a la exigida después de recuperar toda la inversión
- $VAN < 0$ y $TIR < 0$ la rentabilidad es 0 y no se recupera toda o parte de la inversión
- $VAN < 0$ y $TIR = 0$ la rentabilidad es 0, pero se recupera toda la inversión

Al utilizar la función de Excel para obtener la TIR, resulta lo siguiente:

$$\Rightarrow TIR = 41\%$$

El resultado de la TIR es mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento, por lo tanto se acepta el proyecto, ya que el rendimiento de la inversión de la empresa será mayor que el mínimo fijado aceptable. Lo que demuestra que la inversión es económicamente rentable.

5.7.5 Relación Beneficio-Costo.

Es un indicador que establece la utilidad que se obtendrá con el costo que representa la inversión, es decir, muestra el rendimiento obtenido por cada peso invertido al proyecto; es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA).

- Si la relación B-C es <1, se rechaza el proyecto.
- Si la relación B-C es =1, la decisión de invertir es indiferente.
- Si la relación B-C es >1, se acepta el proyecto.

$$R \frac{B}{C} = \frac{\sum \frac{I}{t}}{\sum \frac{E}{t}} = \frac{VPN}{II}$$

Tabla 26. Relación Beneficio Costo

INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
-\$337,825.55	\$ -	\$ -
	\$ 758,903.25	\$ 585,839.60
	\$ 804,437.45	\$ 604,462.46
	\$ 852,703.70	\$ 629,119.79
	\$ 903,865.92	\$ 654,879.24
	\$ 958,097.87	\$ 681,790.88
	SUMA INGRESOS	\$3,319,910.31
	SUMA COSTOS	\$2,474,301.09
	SUMA COSTOS + IT	\$2,136,475.54

Fuente: Elaboración propia

B/C	1.553919179
------------	--------------------

En este caso, realizado el cálculo, podemos determinar que la Relación Beneficio – Costo es positiva, ya que por cada peso invertido en la producción, se tienen ganancias de 0.55 centavos.

5.7.6 Tiempo de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado (Sapag, 2011).

Este elemento de evaluación financiera permite conocer el tiempo necesario para la rentabilidad neta de un proyecto el cual amorticen el capital invertido. Consiste en determinar el número de periodos necesarios para la recuperación de la inversión inicial. Si el periodo de recuperación es mayor a la vida útil del proyecto se debe rechazar el proyecto, y en caso contrario, se debe aceptar la inversión.

Tabla 27. Período de Recuperación de la Inversión

	FNE	FNE A VALOR PRESENTE	PRI (\$)
0	-\$337,825.55	-\$ 337,825.55	-\$337,825.55
1	\$ 150,608.86	\$ 112,625.80	-\$225,199.75
2	\$ 171,330.58	\$ 95,809.74	-\$129,390.00
3	\$ 189,509.45	\$ 79,248.87	-\$ 50,141.14
4	\$ 208,504.06	\$ 65,202.48	\$ 15,061.34
5	\$ 261,112.44	\$ 61,061.09	

Fuente: Elaboración propia

Una vez obtenido el flujo acumulado en el horizonte de planeación del proyecto, se utiliza la siguiente fórmula (Pérez, 2013):

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo Neto de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo Neto de Efectivo del año en el que se recupera la inversión

$$PRI = 3 + \left(\frac{337,825.55 - 79,248.87}{65,202.48} \right) = 3.40$$

El tiempo de recuperación será de tres años y cuatro meses aproximadamente, indicando que el monto de la recuperación inversión destinada para la instalación del proyecto será recuperable en un mediano plazo.

Conclusiones

Con base en los resultados obtenidos del estudio, análisis y evaluación para comprobar la viabilidad del proyecto de inversión se acepta la hipótesis “en el municipio de Valle de Bravo, Estado de México hay demanda de flores de corte y es un proyecto de inversión tanto viable técnica y financieramente”.

Para validar la hipótesis se realizó un estudio de mercado en el cual al 99% le gustan las flores, las compran para eventos especiales y principalmente el día de muertos, se detectó un área de oportunidad debido a que en ninguna florería les ofrecen algún líquido o polvo para conservar por más tiempo sus flores.

Se observó el tipo de mercado al que va dirigido, siendo este competitivo; se acudió a revisar cómo es que trabajan las principales florerías del municipio, las características de sus arreglos y la calidad de sus flores.

Los precios y los canales de comercialización se ajustaron a los precios promedio de las principales florerías, que será una competencia directa del proyecto de inversión.

Existe un mercado potencial que sustenta satisfactoriamente la conveniencia de colocar una florería, donde se ofrezca un servicio de calidad.

Se dispone de una completa cotización de los costos de instalación, materias primas, insumos y del recurso humano necesario, teniendo ubicados a los proveedores de materias primas, estas son de calidad contando con las condiciones de pago que utilizará la empresa, sin olvidar el tiempo de entrega de la mercancía.

El estudio financiero y la evaluación arrojaron como resultados que la inversión inicial para este proyecto es de \$ 337,825.55, con una inversión fija equivalente al 89.5%, la inversión diferida del 9% y un capital de trabajo del 1.5%.

Los estados de resultados pro forma calculados a cinco años muestran los ingresos pronosticados que solventarán los costos y gastos involucrados, además se estimó que los flujos de efectivo serán positivos una vez deducidos los pagos tanto de las depreciaciones como de las amortizaciones para los activos.

El Valor Presente Neto obtenido es de \$ 51,213.30 es por tanto mayor a 0, con una Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable del 33.73%, indicando que el proyecto tendrá beneficios futuros.

Respecto a la Tasa Interna de Retorno es del 41% lo cual indica que es mayor a la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable, demostrando el rendimiento esperado donde será mayor al rendimiento mínimo fijado como aceptable.

La Relación Beneficio Costo es del 1.55, señalando que por cada peso invertido en el proyecto se obtendrán 0.55 centavos de ganancia.

El Periodo de Recuperación de la Inversión será de tres años con aproximadamente cuatro meses.

Finalmente con todos los resultados obtenidos en la evaluación del proyecto de inversión se determina que el proyecto es financieramente viable.

Bibliografía

- Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- CONAPO. (2015). *Proyecciones de la Población 2010-2050*. Obtenido de Consejo Nacional de Población :
http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones_Datos
- CONEVAL. (2010). *Informe Anual sobre la situación de pobreza y rezago social*. Obtenido de Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social:
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/42747/Mexico_110.pdf
- Fernández, E. R. (2007). *Editorial Tecnológica de Costa Rica*. Obtenido de Los Proyectos de Inversión :
https://books.google.com.mx/books?id=erlnsjksoLMC&pg=PA11&dq=proyectos+de+inversion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwii6-DC-e_RAhVI5GMKHWjwAxEQ6AEITTAI#v=onepage&q=proyectos%20de%20inversion&f=false
- INAFED. (2010). *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Estado de México*. Obtenido de Instituto para el Federalismo y el Desarrollo Municipal :
<http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15110a.html>
- INEGI. (2013). *Panorama agropecuario en México. Censo Agropecuario 2007*. Recuperado el 08 de 02 de 2017, de Instituto Nacional de Estadística y Geografía:
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/biblioteca/ficha.aspx?upc=702825004064>
- INEGI. (2017). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE)*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía:
<http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx#>
- LDS. (12 de Noviembre de 2015). *Ley del Seguro Social*. Obtenido de
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/92_121115.pdf
- LFT. (12 de Junio de 2016). *Ley Federal del Trabajo*. Obtenido de
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/156203/1044_Ley_Federal_del_Trabajo.pdf
- LGSM. (16 de Marzo de 2016). *Ley General de Sociedades Mercantiles*. Obtenido de
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144_140316.pdf
- López, R. H. (2009). *Los Niveles Socioeconómicos y la Distribución del Gasto*. (AMAI, Ed.) Obtenido de
http://www.academia.edu/7014402/Los_Niveles_Socioecon%C3%B3micos_y_la_distribuci%C3%B3n_del_gasto

- Morales, A., & Morales, J. A. (2009). *Proyectos de inversión, evaluación y formulación*. McGrawHill.
- Mungaray, L. A., & Ramírez, U. M. (2004). *Lecciones de Microeconomía para Microempresas*. Obtenido de Universidad Autónoma de Baja California: Miguel Ángel Porrúa:
https://books.google.com.mx/books?id=jeFb7lu_2hIC&pg=PA132&dq=definici%C3%B3n+de+proyecto+de+inversi%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjNgNC08bjSAhVCI1QKHYEExAR0Q6AEIJDAC#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20proyecto%20de%20inversi%C3%B3n&f=false
- Núñez, Z. R. (2014). *Manual para la elaboración de proyectos de inversión*. México: Trillas.
- Peréz, R. R. (2013). *Biblioteca Itson*. Obtenido de http://biblioteca.itson.mx/oa/contaduria_finanzas/oa1/planeacion_evaluacion_financiera/p11.htm
- Rosales, O. J. (2000). *Editorial Universidad Estatal a Distancia*. Obtenido de Elementos de Microeconomía:
<https://books.google.com.mx/books?id=62gNCThG6EwC&pg=PA40&dq=definicion+de+oferta&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiQ6-WShPDRAhVI4mMKHazIAtoQ6AEIHzAB#v=onepage&q=definicion%20de%20oferta&f=false>
- SAGARPA. (2005). *Plan Rector Sistema Nacional Ornamentales*. Obtenido de Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación:
http://www.funprover.org/formatos/normatividad/Planes%20Rectores/Ornamentales/prn_ornam.pdf
- SAGARPA. (2015). *Productores mexicanos preparados para abastecer demanda de flores*. Obtenido de Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación:
<http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/2012/Paginas/2015B105.aspx>
- Sapag, C. N. (2011). *Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson.
- SAT. (2017). *Servicio de Administración Tributaria*. Obtenido de Tramites y Servicios:
<https://www.siat.sat.gob.mx/PTSC/>
- SEDAGRO. (2014). *Producción Agrícola por Cultivo en el Estado de México 2014*. Recuperado el 10 de febrero de 2017, de Secretaría de Desarrollo Agropecuario:
http://sedagro.edomex.gob.mx/produccion_agricola2014

SIAP. (2016). *Atlas Agroalimentario 2016*. Recuperado el 10 de febrero de 2017, de Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera:
http://nube.siap.gob.mx/gobmx_publicaciones_siap/pag/2016/Atlas-Agroalimentario-2016

ANEXOS

ANEXO 1 Encuesta



ENCUESTA



Objetivo: Generar información que permita conocer la demanda de flores en Valle de Bravo

1.- ¿Le gustan las flores?

a) Si _____

b) No _____

2.- ¿Dónde acostumbra compra las flores?

a) Florería _____

b) Mercado _____

c) Tianguis (Domingos) _____

d) Otro (especifique) _____

3.- ¿Al lugar donde acostumbra comprar las flores lo atienden bien?

a) Si _____

b) No _____

c) ¿Por qué? _____

4.- ¿Con qué frecuencia compra flores?

a) Diario _____

b) Dos veces por semana _____

c) Una vez al mes _____

d) Otro (especifique) _____

5.- ¿Cómo compra la flor?

a) arreglo florar _____

b) rollos de flor _____

c) ambos _____

6.- ¿Cuál es la flor que más compra? Puede elegir más de 1 máximo 6

- a) Rosa _____
- b) Clavel _____
- c) Polar _____
- d) Lilis _____
- e) Margaritas _____
- f) Astromelias _____
- g) Gladeola _____
- h) Girasol _____
- i) Gerbera _____
- j) _____

7.- ¿Cuánto gasta en la compra de flores mensualmente?

- a) \$1 a \$100 _____
- b) \$101 a \$200 _____
- c) \$201 a \$300 _____
- d) Más de \$300 _____

8.- ¿En qué fecha compra más flor?

- a) Día de San Valentín _____
- b) 10 de Mayo _____
- c) Día de Muertos _____
- d) Otro (especifique) _____

9.- Usted compra la flor con base en:

- a) Precio _____
- b) Calidad _____
- c) Tamaño _____
- d) Otro (especifique) _____

10.- ¿Cuántos lugares conoce en Valle de Bravo donde vendan flor?

- a) 1 a 3 _____

b) 4 a 6 _____

c) Más de 6 _____

11.- En el lugar donde compra la flor ¿le ofrecen algún líquido para conservar por más tiempo la flor?

a) Si _____

¿Cuál? _____

b) No _____

ANEXO 2 Índice de Gráficos, Tablas, Imágenes y Figuras

Índice de Gráficos

Gráfica 1. ¿Le gustan las flores?	29
Gráfica 2. ¿Dónde acostumbra comprar las flores?	30
Gráfica 3. ¿El lugar donde acostumbra comprar las flores lo atienden bien?	31
Gráfica 4. ¿Con qué frecuencia compra flores?	32
Gráfica 5. ¿Cómo compra la flor?	33
Gráfica 6. ¿Cuál es la flor que más compra?	34
Gráfica 7. ¿Cuánto gasta en la compra de flores mensualmente?.....	35
Gráfica 8. ¿En qué fecha compra más flor?	36
Gráfica 9. Usted compra la flor con base	37
Gráfica 10. ¿Cuántos lugares conoce en Valle de Bravo donde vendan Flor?	38
Gráfica 11. ¿Le ofrecen algún líquido para conservar por más tiempo la flor?	39
Gráfica 12. Punto de equilibrio	104

Índice de Tabla

Tabla 1. Proyección de la población.....	42
Tabla 2. Precios de flores más vendidas en Valle de Bravo, 2017.....	49
Tabla 3. Propuesta de precios de venta para las flores, 2017.....	50
Tabla 4. Costos de publicidad	52
Tabla 5. Costos de la Flor y follaje	54
Tabla 6. Costos de materia prima	55
Tabla 7. Insumos.....	57
Tabla 8. Determinación de la capacidad instalada	58
Tabla 9. Tiempos requeridos para la elaboración de los productos finales.....	62
Tabla 10. Precios del equipo de oficina para la florería.....	68
Tabla 11. Sueldos	87
Tabla 12. Resumen de la inversión requerida	88
Tabla 13. Inversión de la florería	89
Tabla 14. Inversión fija de la florería	90
Tabla 15. Inversión diferida de la florería	90
Tabla 16. Capital de trabajo para la Florería	92
Tabla 17. Aportaciones de socios en el capital social de la florería	93
Tabla 18. Depreciaciones y Amortizaciones de la florería.....	94
Tabla 19. Proyección de ingresos, costos y gastos de la florería.....	96
Tabla 20. Ingresos por ventas	98
Tabla 21. Costo de producción	99
Tabla 22. Gastos totales	101

Tabla 23. Estado de Resultados Proforma.....	106
Tabla 24. Flujo de Efectivo	108
Tabla 25. Flujo Neto de Efectivo	110
Tabla 26. Relación Beneficio Costo	115
Tabla 27. Período de Recuperación de la Inversión.....	116

Índice de Imágenes

Imagen 1. Transporte de entregas y traslado de materia prima.....	56
Imagen 2. Mapa de Valle de Bravo en el Estado de México	59
Imagen 3. Mapa de Valle de Bravo y sus localidades	60
Imagen 4. Mapa de la ubicación de la Florería.....	61
Imagen 5. Lay out (maqueta virtual).....	73
Imagen 6. Lay out (planta arquitectónica I)	74
Imagen 7. Lay out (planta arquitectónica II)	75

Índice de Figuras

Figura 1. Proceso productivo.....	63
Figura 2. Proceso productivo de la elaboración del arreglo floral si el cliente acude al local por el arreglo.....	67
Figura 3. Organigrama de la Empresa	85