



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**TRABAJO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE  
CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**

**TEMA:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL SERVICIO ESTILO VINTAGE EN COSTAFLOREC

S.A.

**AUTOR:**

ANDREA DANIELA ULLAURI ESPINOZA

JORGE VICENTE PIN PEZO

**TUTORA:**

CPA. BELGICA CECILIA NAJERA NUÑEZ Mae.

**SEPTIEMBRE 2018**



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**  
**Unidad de Titulación**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN</b>		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL SERVICIO ESTILO VINTAGE EN COSTAFLOREC S.A.</b>		
<b>AUTOR/ES:</b> Ullauri Espinoza Andrea Daniela Pin Pezo Jorge Vicente	<b>TUTORA: CPA Najera Nuñez Bélgica Cecilia Mae</b>	
	<b>REVISOR: CPA Douglas Torres MSc.</b>	
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad de Guayaquil	<b>FACULTAD:</b> Ciencias Administrativas	
<b>CARRERA:</b> Contaduría Pública Autorizada		
<b>GRADO OBTENIDO:</b> Contador Público Autorizado		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2018	<b>N° DE PÁGS.:</b> 76	
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Emprendimiento e innovación		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b> Factibilidad, riesgo, oferta, demanda, estados financieros./ Feasibility, risk, supply, demand, financial statements		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b> Este proyecto de factibilidad desarrolla teorías de principios de la administración financiera dirigido al mercado de servicio de arreglos florales al estilo vintage en ceremonias matrimoniales, a través del el análisis de factibilidad y el análisis de oferta y demanda, para ello se han utilizado técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas haciendo uso de información secundaria y primaria como encuestas y grupo focal realizados a potenciales consumidores del nuevo servicio, que planea implementar la empresa Costaflorece S.A. Se utilizó también bases de datos, tasas y demás información pública que otorgan las Instituciones Públicas del Ecuador. Se incorporó al análisis, la información de los Estados Financieros de la compañía, indicadores elaborados por investigadores de otros países como los betas o riesgos, para poder determinar la tasa mínima atractiva de retorno para el accionista y encontrar la factibilidad de este caso de estudio, que concluye con un resultado favorable para la realización de este proyecto dado su TIR y VPN positivo./ This feasibility project develops theories of financial management principles aimed at the service market of flower arrangements vintage style in marriage ceremonies, through the feasibility analysis and the supply and demand analysis, for this research techniques have been used qualitative and quantitative information using secondary and primary information such as surveys and a focus group made to potential consumers of the new service, which the company Costaflorece S.A. plans to implement We also used databases, rates and other public information provided by the Public Institutions of Ecuador. The analysis of the company's financial statements, indicators prepared by researchers from other countries such as betas or risks, was incorporated to analyze the minimum attractive rate of return for the shareholder and find the feasibility of this case study. that concludes with a favorable result for the realization of this project given its TIR and positive VPN.		
<b>N° DE REGISTRO:</b>	<b>N° DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL:</b>		
<b>ADJUNTO PDF</b>	SI ( )	NO ( X )
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0994478402	<b>E-mail:</b> Andreaullauri5@gmail.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> SECRETARIA DE LA FACULTAD	
	<b>Teléfono:</b> (04) 2848487 EXT 123	
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:fca@uta.edu.ec">fca@uta.edu.ec</a>	



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**  
**Unidad de Titulación**

III



**Certificado del Tutor**

**Guayaquil, 21 de agosto de 2018**

**Ing. Aníbal Quintanilla**

**Director de Carrera de C.P.A.**

Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. El Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL SERVICIO ESTILO VINTAGE EN COSTAFLOREC S.A.” de los estudiantes ANDREA DANIELA ULLAURI ESPINOZA y JORGE VICENTE PIN PEZO, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- ✓ El trabajo es el resultado de una investigación.
- ✓ El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- ✓ El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- ✓ El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes que la estudiante está apta para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

-----  
CPA. BELGICA CECILIA NAJERA NUÑEZ Mae.  
Tutora de Trabajo de Titulación  
C.I. 0911144996



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL** IV  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**  
**Unidad de Titulación**

---

---



**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO  
COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACÁDEMICOS**

Yo, ANDREA DANIELA ULLAURI ESPINOZA con C.I. N°.0924991979 y JORGE VICENTE PIN PEZO, con C.I. 0913815056, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL SERVICIO ESTILO VINTAGE EN COSTAFLOREC S.A.” son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 144 del CÓDIGO ÓRGANICO DE LA ECOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizamos el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

-----  
ANDREA DANIELA ULLAURI ESPINOZA  
C.I. N°. 0924991979

-----  
JORGE VICENTE PIN PEZO  
C.I. N°. 0913815056

\* CÓDIGO ÓRGANICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (registro Oficial n. 899-Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.





**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**  
**Unidad de Titulación**

---

---



**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL SERVICIO ESTILO VINTAGE EN  
COSTAFLOREC S.A. "**

**Autor:** Andrea Daniela Ullauri Espinoza  
Jorge Vicente Pin Pezo

**Tutor:** CPA. Bélgica Cecilia Najera Nuñez Mae.

**Resumen**

Este proyecto de factibilidad desarrolla teorías de principios de la administración financiera dirigido al mercado de servicio de arreglos florales al estilo vintage en ceremonias matrimoniales, a través del el análisis de factibilidad y el análisis de oferta y demanda, para ello se han utilizado técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas haciendo uso de información secundaria y primaria como encuestas y grupo focal realizados a potenciales consumidores del nuevo servicio, que planea implementar la empresa Costaflorece S.A. Se utilizó también bases de datos, tasas y demás información pública que otorgan las Instituciones Públicas del Ecuador. Se incorporó al análisis, la información de los Estados Financieros de la compañía, indicadores elaborados por investigadores de otros países como los betas o riesgos, para poder determinar la tasa mínima atractiva de retorno para el accionista y encontrar la factibilidad de este caso de estudio, que concluye con un resultado favorable para la realización de este proyecto dado su TIR y VPN positivo.

**Palabras Claves:** Factibilidad, riesgo, oferta, demanda, estados financieros.



**"STUDY OF FEASIBILITY OF THE VINTAGE STYLE SERVICE IN  
COSTAFLOREC S.A."**

**Author:** Andrea Daniela Ullauri Espinoza  
Jorge Vicente Pin Pezo

**Tutor:** CPA. Belgica Cecilia Nájera Nuñez Mae

**Abstract**

This feasibility project develops theories of financial management principles aimed at the service market of flower arrangements vintage style in marriage ceremonies, through the feasibility analysis and the supply and demand analysis, for this research techniques have been used qualitative and quantitative information using secondary and primary information such as surveys and a focus group made to potential consumers of the new service, which the company Costaflore S.A. plans to implement We also used databases, rates and other public information provided by the Public Institutions of Ecuador. The analysis of the company's financial statements, indicators prepared by researchers from other countries such as betas or risks, was incorporated to analyze the minimum attractive rate of return for the shareholder and find the feasibility of this case study. that concludes with a favorable result for the realization of this project given its TIR and positive VPN.

**Key words:** Feasibility, risk, supply, demand, financial statements.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por ser mi guía y fortaleza en todo momento hasta la actualidad, a mi madre Alejandrina ya que debido a sus consejos y apoyo, he logrado formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, a mi hermana Luisa por ser muestra de esfuerzo y ayuda incondicional en todo momento, y en muchas ocasiones realizar en el papel de padre, a mi esposa Marcia por su voto de confianza y servir de motivación a la consecución de esta meta ya que su afecto y cariño han sido detonantes de mi felicidad y esfuerzo diario así mismo de ganas de salir adelante siempre buscando lo mejor para nuestro núcleo familiar, a mis hijos por ser el mayor incentivo de esfuerzo y lucha a lo largo de esta carrera, a los docente por sus conocimientos brindados, a mi guía CPA. Belgica Nájera por su valiosa colaboración y aporte durante la elaboración de este proyecto, gracias a todas las personas que de una u otra manera lograron cristalizar este proyecto.

**JORGE PIN PEZO**

**AGRADECIMIENTO**

Al Ab. Freddy Alvarado por permitirme ocupar horas laborales para asistir a la presentación y sustentación de este proyecto de titulación.

A mi amigo Jorge Pin que tuvo la suficiente paciencia para aguantarme.

**ANDREA ULLAURI**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, en especial a mi madre que supo escucharme y tranquilizarme siempre en momentos de desesperación.

**ANDREA ULLAURI**

**DEDICATORIA**

A mi esposa, fiel compañera, que supo soportarme y darme fuerzas para no desfallecer y salir adelante en este proyecto de vida.

**JORGE PIN PEZO**

## Tabla de Contenido

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN.....	II
Certificado del Tutor .....	III
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACÁDEMICOS .....	IV
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD .....	V
Resumen.....	VI
Abstract .....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
AGRADECIMIENTO.....	IX
DEDICATORIA .....	X
DEDICATORIA .....	XI
Tabla de Contenido .....	XII
Índice de Tablas .....	XVI
Índice de Ilustraciones.....	XVII
INTRODUCCION .....	1
Capítulo 1 .....	2
El Problema.....	2
1.5.1 Objetivo General .....	6
1.5.2 Objetivos Específicos.....	6

1.6.1 Variable Independiente: .....	6
1.6.2 Variable Dependiente:.....	7
Capítulo 2.....	8
2.1 Marco Teórico .....	8
2.2 Marco Contextual.....	9
2.3 Marco Conceptual .....	11
2.4 Marco Legal .....	20
Capítulo 3.....	24
3. Aspectos Metodológicos .....	24
3.1. Diseño y Técnica de Recolección de Información.....	24
3.1.1. Diseño de Investigación Exploratoria .....	24
3.1.2. Diseño de Investigación Concluyente .....	25
3.2. Análisis Desde la Oferta.....	25
3.2.1. Determinación de la Competencia .....	25
3.3. Análisis Desde la Demanda .....	29
3.4. Investigación de Mercado .....	30
3.4.1. Definición del problema.....	30
3.4.2. Diseño de Investigación .....	33
3.4.3. Investigación Concluyente Descriptiva.....	34

Diseño Muestral .....	34
Definición del Tamaño de la Muestra .....	34
3.5. Estudio de Factibilidad Financiera .....	40
3.5.1. Estados Financieros.....	40
3.5.2. Análisis de las Razones Financieras .....	48
3.5.3. Evaluación Económica y Financiera Costaflorece S.A. ....	52
Capítulo 4 .....	59
4. Resultados .....	59
4.1. Resultado del Análisis de Oferta y Demanda .....	59
4.2 Resultado del Análisis Cualitativo y Cuantitativo del Estudio del Mercado .....	60
4.3. Conclusiones del Estudio de Factibilidad .....	61
Una vez realizada las encuestas, entrevistas y análisis de los estados financieros de Costaflorece S.A. se puede llegar a las siguientes conclusiones: .....	61
• El nuevo servicio de eventos matrimoniales al estilo vintage goza de una total aceptación en el mercado, mismo que garantizará los ingresos estimados y proyecciones establecidas, ya que existe suficiente mercado para este segmento en particular, lo cual fue corroborado por nuestro estudio de la demanda. ....	61
Conclusiones .....	62
Recomendaciones.....	63
5. BIBLIOGRAFIA.....	64

6. ANEXOS..... 66

## Índice de Tablas

Tabla 3 1 Desagregación de la clasificación CIU para arreglos florales .....	26
Tabla 3 2 Empresas que opera bajo el CIU G4773,21 a nivel nacional .....	27
Tabla 3 3 Personas naturales de la Zonal 8 con actividad “Venta de arreglos florales” .....	28
Tabla 3 4 Diseño Muestral .....	34
Tabla 3 5 Tabla resultado de componente "producto" .....	36
Tabla 3 6 Tabla de resultado de componente 2 .....	37
Tabla 3 7 Tabla de resultado de componente 3 .....	38
Tabla 3 8 Tabla de resultado de componente 4 .....	39
Tabla 3 9 Estado de Resultado Integral de la empresa Costaflore S.A. año 2017 .....	41
Tabla 3 10 Pronóstico de Ventas de Costaflore S.A. ....	42
Tabla 3 11 Ventas Proyectadas .....	42
Tabla 3 12 Estado de Resultado Integral Proyectado .....	43
Tabla 3 13 Estado de Situación Financiera de la empresa Costaflore S.A. ....	45
Tabla 3 14 Estado de Situación Financiera Proforma .....	47
Tabla 3 15 Ratio de Liquidez Corriente .....	49
Tabla 3 16 Ratio de Endeudamiento .....	50
Tabla 3 17 Ratio de Margen de utilidad operativa .....	51
Tabla 3 18 Costo de implementar arreglos florales para ceremonias matrimoniales .....	52
Tabla 3 19 Flujo de caja proyectado .....	57

### **Índice de Ilustraciones**

Ilustración 3. 1 Representación gráfica de estados de RUC con la actividad “Venta de arreglos florales” .....	28
Ilustración 3. 2 Problema de Decisión Gerencial y Problema de Investigación de mercado de Costaflore S.A. ....	31
Ilustración 3. 3 Objetivos Generales y Objetivos Específicos del estudio de mercado .....	32
Ilustración 3. 4 Resultados grupo focal.....	33
Ilustración 3. 2 Problema de Decisión Gerencial y Problema de Investigación de mercado de Costaflore S.A. ....	31
Ilustración 3. 5 Características más importantes del Servicio.....	36
Ilustración 3. 6 Preferencia en materiales.....	36
Ilustración 3.7. Tipo de Ayuda en la elección de los arreglos florales.....	36
Ilustración 3. 8. Comercialización del Producto.....	37
Ilustración 3. 9 En donde comprarían el nuevo servicio.....	37
Ilustración 3.10. Por qué medio gustarían recibir información.....	38
Ilustración 3. 11. Medio de comunicación preferido por las mujeres.....	38
Ilustración 3.12. Medio de comunicación preferido por los hombres.....	38
Ilustración 3.13. Medio de comunicación preferido para encontrar información del servicio.....	38
Ilustración 3.14. Promoción gustarían recibir.....	39
Ilustración 3. 15. Preferencia en forma de pago.....	39

Ilustración 3.16. ¿El precio es un factor determinante en la compra del servicio?.....39

Ilustración 3.17 Disponibilidad de pago.....39

## INTRODUCCION

El motivo de este trabajo de titulación es mostrar los puntos mediante los cuales nace la idea de crear un nuevo segmento de trabajo mediante el estudio de factibilidad del servicio estilo vintage en la empresa Costaflore S.A. que ayudará al incremento de sus ganancias, es viable y factible cuando se haya demostrado sus debilidades y fortalezas.

El estudio, encuesta, y otros aspectos demostrará el análisis de la empresa, oferta y demanda del proyecto, análisis y proyecciones de los estados financieros, y la viabilidad del proyecto.

Con este estudio de factibilidad se pretende demostrar que con la creación y prestación de este nuevo servicio de venta de arreglos florales al estilo vintage para eventos matrimoniales y ocasiones especiales se cumplirá con las expectativas de la empresa de generar mayor utilidad y al mismo tiempo suplir la necesidad de un selecto grupo de personas como es la de contar con una empresa que le brinde la oportunidad de despreocuparse del detalle de la decoración de su evento matrimonial y ocasión especial.

Para la realización de este proyecto se utilizó el diseño de investigación exploratoria, valiéndonos de datos cualitativos basado en grupos focales, datos internos como estados financieros y otras fuentes de información disponible de uso público de la Superintendencia de Compañías y Servicio de Rentas Internas, que nos permitirán comprender primariamente si el proyecto está destinado al éxito y fracaso, también se utilizó el diseño de investigación concluyente mediante la técnica de encuesta, donde se analizó a la demanda y cuyos resultados ayudaron a determinar la viabilidad financiera del proyecto.

## Capítulo 1

### El Problema

#### 1.1. Planteamiento del Problema

A nivel mundial la apertura de un negocio es de 0,5 días y el tiempo máximo es 100 días, siendo así que medio día es, por lo tanto, considerado la frontera de mejor rendimiento, mientras que cien días es la peor según datos registrados en el informe "Doing Bussines"(Banco Mundial, 2018, p.6).

El mismo estudio, indica que África es la región con el mayor número de reformas (83) seguido del Este de Asia y el Pacífico con cuarenta y cinco reformas, y Europa y Asia Central con cuarenta y cuatro. Los datos muestran que se ha vuelto más fácil para pequeñas y medianas empresas a hacer negocios en el 62.6% de las economías en todo el mundo; es decir, 119 de las 190 economías.

En los países de América Latina y el Caribe (ALC), un estudio realizado por Global Entrepreneurship Monitor (GEM), indica que en el año 2015-2016 los emprendedores decidieron renunciar a una o alguna de sus actividades comerciales por motivos personales, venta, financiero, mercado, salud, fracaso empresarial, fallecimiento, etc. Este estudio indica que la discontinuación de empresas es otro indicador potencial de la sostenibilidad de la economía. Las economías basadas en factores como la de África tienen mayor tasa de discontinuación. La región de ALC se encuentra en segundo lugar con la tasa más alta de discontinuación en relación a las demás regiones y economías.

Nuestra región a su vez muestra un ratio prometedor al momento de medir los nacimientos y muerte de los emprendimientos, el estudio indica que si una persona en el año 2015 discontinuó

su negocio, tres personas decidieron crear uno. Los indicadores también indican que Perú, Chile y Ecuador reportaron las tasas más altas de discontinuación de empresas con el 8%, en tanto Puerto Rico y Panamá reportaron un nivel del 3%.

En el Ecuador, un estudio del año 2016, realizado por la ESPAE Graduate School of Management, indica que el principal motivo de cerrar un negocio fueron por razones personales que difiere al escenario actual de los nuevos emprendedores, una similar respuesta obtuvieron los nuevos empresarios, mientras que los empresarios ya establecidos enseñaron que en un 40% el negocio no generaba mayores ingresos y en 25% cambiaron por otro tipo de negocio.

Actualmente a la propietaria de Costaflore S.A. le preocupa que en sus ingresos no se ve reflejado mayor crecimiento para los últimos años, y desea saber si a pesar de que la tasa de nupcialidad ha incrementado en los últimos años, como lo demuestra el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en estudios realizados en el periodo 2015 -2016, entregar al mercado una propuesta adicional de un servicio con mayor valor agregado dará el resultado que busca.

Se sabe que, en la actualidad, las parejas que se encuentran planeando su ceremonia matrimonial, normalmente buscan un estilo específico para abordar el momento más importante en su vida. Estas parejas en algunas ocasiones buscan distintas opciones para la decoración de sus bodas.

Según María Dolores Ruiz en su trabajo de titulación plan de empresa para un wedding planer, indica que: “En el mercado actual, la oferta para realizar servicios relacionados con eventos es extensa, pero, sin embargo, para la organización de bodas es limitada”.

Costaflore S.A. desea saber si invertir en esta oportunidad de negocio enfocada a un segmento exclusivo del mercado pueda lograr el incremento de ventas deseado y no tener que incluirse dentro de las estadísticas de discontinuación de las empresas.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Será factible en la empresa Costaflore S.A. ofertar decoración para ceremonias matrimoniales al estilo vintage en la Parroquia Tarqui del sector norte de la ciudad de Guayaquil?

## **1.3. Sistematización del problema**

Estudio de los aspectos teóricos de la investigación

Determinación de la oferta y la demanda del mercado de arreglos florales al estilo vintage.

Determinación la viabilidad de ingresar al mercado de arreglos florales al estilo vintage.

Determinación de la viabilidad financiera del ingresar al mercado de arreglos florales en Guayaquil.

## **1.4. Justificación del Proyecto**

### **1.4.1. Justificación Teórica**

En el Ecuador, según el estudio de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos entre el año 2016 y 2017 existió un aumento en los matrimonios del 4,5%; es decir, 60.353 nupcias, también indica que por cada mil habitantes la tasa de nupcialidad es de 3,6 del cual 88,5% en promedio, corresponde al primer matrimonio para hombres y mujeres. Del total de matrimonios a nivel nacional, el 44,2% se registra en la región costa y la edad promedio al contraer nupcias es de 35 y 29 años para hombres y mujeres respectivamente.

En Guayaquil se registró 10.729 matrimonios, lo que le da a la empresa Costaflore S.A. una oportunidad para poder incrementar sus ventas al querer diversificar su servicio, lo que

significaría una gran oportunidad para realizar este proyecto de investigación debido a la alta incidencia en matrimonios en la Provincia del Guayas del Ecuador.

A demás, actualmente la Ley Orgánica de Régimen Tributario interno, mediante su reforma con la Ley de Orgánica para la Reactivación Económica, Fortalecimiento de la Dolarización Modernización de la Gestión Financiera, expedida el 29 de diciembre del 2017, impulsa mediante beneficios tributarios a las microempresas que generen empleo neto e incorporen valor agregado nacional en sus procesos productivos.

Se busca traducir en el idioma de cuentas contables, la viabilidad del estudio de factibilidad, demostrando con cifras proyectadas de los estados financieros (EFs), si generará el resultado esperado por parte del nuevo producto.

Con este proyecto, se busca cumplir las necesidades de un segmento de mercado que permita sumar a la tasa de emprendimiento de negocios nuevos en el Ecuador que es del 9,8% según Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en su informe global.

#### **1.4.2. Justificación Metodológica**

Esta investigación utilizará técnicas de recolección de datos cualitativa y cuantitativa para el levantamiento de información como: focus group, entrevistas, encuestas, que permitirá obtener información precisa para la implementación o no de este proyecto.

#### **1.4.3. Justificación Práctica**

Al realizar este proyecto de titulación, se podrá determinar si la población objetivo escogida, gusta o no de tener en el mercado un servicio de arreglos florales al estilo vintage para su ceremonia matrimonial.

Con la apertura de esta nueva línea de negocio para la empresa se pueda satisfacer una posible demanda insatisfecha dentro de la población que se pretende estudiar, con el firme propósito de aportar al mercado un servicio innovador.

## **1.5 Objetivos de la Investigación**

### **1.5.1 Objetivo General**

Evaluar la factibilidad de ofrecer al mercado un servicio de arreglos florales para ceremonias matrimoniales al estilo vintage, a través de análisis cuantitativos y cualitativos para determinar si se puede desarrollar este modelo de negocio y garantizar la rentabilidad del negocio.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- Elaborar un análisis de costo-beneficio a través de indicadores que permita la evaluación de la rentabilidad del proyecto.
- Analizar la oferta y la demanda del servicio de decoración matrimonial al estilo vintage mediante el uso de fuentes de información que permita definir el grado de aceptación y el grado de competencia del mismo.
- Elaborar un estudio de mercado para determinar los gustos y preferencias de los consumidores mediante herramientas cualitativas y cuantitativas para dar a conocer la oportunidad de negocio de forma preliminar.

## **1.6 Hipótesis General:**

El estudio de factibilidad ayudará a determinar si la creación de un nuevo servicio de arreglos florales para ceremonias matrimoniales al estilo vintage de la empresa Costaflore S.A garantizará un incremento en la rentabilidad.

### **1.6.1 Variable Independiente:**

Estudio de factibilidad

**1.6.2 Variable Dependiente:**

Garantizar un incremento en la rentabilidad.

## Capítulo 2

### 2. Marco de Referencia

#### 2.1 Marco Teórico

Para Adolfo Blanco R. (Economista) en su libro titulado “Formulación y Evaluación de Proyectos” (Séptima Edición 2008); define al estudio de la factibilidad de un proyecto como el resultado comprensivo de los análisis financieros, económicos y sociales de la inversión a realizar, para lo cual debe hacer uso de herramientas contables y económicas valiéndose de operaciones como el cálculo del punto de equilibrio y valor agregado, en lo concerniente a lo financiero haciendo uso de las herramientas o formulas tales como el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y valor presente neto (VPN).

Según Rodrigo Varela en su libro titulado Evaluación económica de proyectos de inversión (Séptima edición 1998); Entiéndase por factibilidad, a la posibilidad que tiene una persona o ente económico para lograr un determinado proyecto, el estudio de factibilidad de un proyecto es el análisis realizado por una persona o empresa para determinar si el proyecto, propuesta o negocio será bueno o no, es decir será rentable o no realizar dicha inversión, así mismo definir las estrategias a seguir para la consecución exitosa del proyecto.

Para Kukyflor empresa peruana dedicada al cultivo y venta de flores, la decoración vintage son estilos clásicos y de época. Cabe indicar que este estilo no solo se aplica a las flores sino también a lo prendas de vestir, incluso en los hogares puesto que en la actualidad en sus interiores pretenden tener algo vintage o que denoten historia, tal es así que para que un objeto sea considerado dentro de este estilo a más de la antigüedad debe considerarse la calidad, estilo e historia, de allí parte cuando un objeto es vintage o simplemente pasa a ser un objeto viejo y deteriorado.

La creatividad cobra vida, cuando cuentas con Jarrones o Floreros antiguos, si deseas un salón elegante y distinguido, solo bastan unos floreros antiguos de cristal con flores frescas y variadas dará el toque ideal al sitio.

Lo informal prima cuando cuentas con una variedad de recipientes en donde colocar flores, si tenemos un viejo balde o maceta de metal, para que la decoración sea colorida y enfoque un lugar más acogedor, limpio y vintage podríamos ser creativos pintando estos recipientes con acrílicos de colores, así damos lugar a nuestro propio estilo informal.

Los espacios vacíos no deben existir en tu hogar, deben ser cubiertos con estilos originales conservando este lugar con plantas más pequeñas, para ello se utiliza otro tipo de recipientes, por ejemplo, tazas y tazones de porcelana, viejos, pero en condiciones óptimas, así creamos nuestros propios centros de mesa vintage, dando un toque personal y única a nuestro hogar.

Una decoración vintage con flores, no es difícil de lograr, ser apasionado al detalle a lo nuevo, solo basta ampliar nuestra visión y hacer de estos objetos viejos algo innovador y vintage, combinando creatividad, estilo y buen gusto por esta tendencia, logrando que estos objetos ambiguos se los considere una hermosa pieza de decoración.

## **2.2 Marco Contextual**

Razón social **COSTAFLOREC S.A.** nombre comercial **OH FLOWERS** registra como domicilio fiscal Av. Carlos Julio Arosemena, Local 28B S/N, GUAYAS, GUAYAQUIL se encuentra registrado en el SRI con RUC número 0992986816001 y como tipo de contribuyente "SOCIEDADES", inició sus actividades comerciales el 23/08/2016, Teniendo como actividad o giro del negocio Venta al por menor de flores en establecimientos especializados incluso arreglos florales.

COSTAFLOREC S.A es una empresa dedicada a la venta de arreglos florales de última tendencia, manteniéndose en el mercado Guayaquileño hasta la actualidad. Su mercado objetivo son hombres y/o mujeres que deseen un arreglo floral para cumpleaños, funerales o nacimientos.

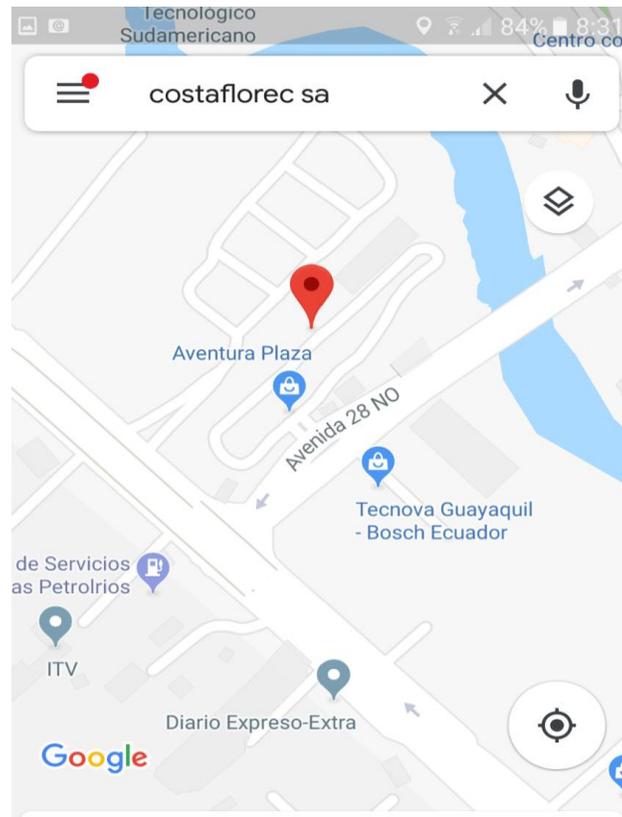
Su promoción se realiza mediante las redes sociales, en las cuales se pueden observar imágenes de sus trabajos realizados. También, cuenta con publicidad boca a boca y los canjes publicitarios que han sido métodos efectivos de promoción.

### **Misión**

Costaflorece S.A. empresa joven dedicada a la venta de finos arreglos florales para todo tipo de evento. Su detalle, pensamiento, y sentimiento, Costaflorece S.A. se lo expresa en arreglos florales.

### **Visión**

Costaflorece S.A. florería Guayaquileña quiere ser distinguida ante las demás, no solo por los diseños sino también en la decoración de locales o lugares para eventos sociales, que se detallen con flores. El detalle de nuestro cliente, expresado con arreglos florales.



*Imagen 1: Vista satelital de ubicación de la empresa en Google maps*

### **2.3 Marco Conceptual**

Este proyecto de investigación va encaminado al estudio de factibilidad para la creación de un nuevo servicio de arreglos florales al estilo vintage el mismo que ayudará a la empresa COSTAFLOREC S.A. a incrementar sus ventas, de acuerdo al impulso e inversión que se le dé al servicio de flores para eventos especiales tales como los matrimonios. Tomar la decisión de emprender o no un negocio o proyecto, viene ligado con la factibilidad o viabilidad del mismo, en todo proyecto incurre una diversidad de decisiones que, explicadas en menor o mayor medida, son determinantes para la consecución del objetivo principal.

Los proyectos son críticos para el éxito de cualquier organización. Sus actividades dan como resultado productos, servicios, entornos, procesos y organizaciones nuevas o mejoradas. Los proyectos incrementan las ventas, mejoran la satisfacción de los clientes, reducen costos, mejoran el ambiente de trabajo y dan otros beneficios como resultado.

Según Henri Fayol (Fundamentos de la Administración) la administración es fundamental en toda organización, y su éxito depende directa o indirectamente de una buena gestión administrativa, considerado como “Padre de la Administración Moderna” porque desde 1900 sus principios y teorías son bases para la administración y dirección de organizaciones en la actualidad.

Las investigaciones de Fayol han sido encaminadas hacia todo tipo de organizaciones y Estado, y sus principios aplicados a todo tipo de empresa sin importar sus objetivos, naturaleza y tamaño, existe una doctrina y es aplicable a toda empresa y estado con todos sus principios y reglas.

El proceso administrativo existe, porque en toda organización debe haber coordinación sistemática de medios, y dicha administración será lo mismo en el Estado, Empresa, Sociedad Religiosa, etc., aplicados, aunque existen variantes en sus elementos esenciales.

### **Primera definición de las áreas funcionales**

Actividades técnicas: área vinculada a la transformación y la producción de bienes (productos y servicios).

Actividades comerciales: Relacionado a la compra, venta y permuta.

Actividades financieras: Direccionado a la captación y uso exclusivo del capital.

Actividades de seguridad: Objetivo primordial es la preservación de los colaboradores y bienes de la empresa o entidad.

Actividades contables: Relacionado a los controles y registros,

Actividades administrativas: Segregación de todas las actividades de la organización Área de coordinación de todas las actividades anteriores por tal razón interfieren e influyen sobre ellos.

### **Primer modelo de proceso administrativo**

Prever: Ser previsorio, tratar de evaluar el futuro (esta función dio origen a la función de planeación).

Organizar: Hacer uso del recurso humano y material para la consecución de planes de acción.

Dirigir: Orientar al recurso humano para que todas tareas encomendadas se cumplan

Coordinar: Actividades y esfuerzos, sean trabajos unificados.

Controlar: Constatar que el trabajo sea cumplido a cabalidad de acuerdo a las reglas y procedimientos establecidos por la dirección.

### **Análisis DAFO**

Según Albert S. Humphrey, el análisis DAFO también es conocido como análisis FODA, es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, institución, proyecto o persona, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y sus externalidades (Amenazas y Oportunidades) en una matriz dos por dos. Proviene de las siglas en inglés SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats). Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa, o proyecto, y planear una estrategia de futuro.

El análisis consta de cuatro pasos:

Análisis Interno

Análisis Externo

Confección de la matriz DAFO

Determinación de la estrategia a emplear

### **Un breve análisis DAFO empresa COSTAFLOREC S.A.**

COSTAFLOREC S.A. una empresa joven dedicada a la fina decoración floral, teniendo una variedad de diseños en arreglos florales, con flores naturales preservadas para cualquier evento social u ocasión especial, realizando hermosos diseños con flores para transmitir todo tipo de sentimientos; Ofreciendo a nuestra distinguida clientela una atención profesional, anteponiendo calidad y precio en cada uno de nuestros arreglos y servicios prestados.

Nuestro objetivo inmediato es crear un servicio adicional de arreglos florales con detalles matrimoniales al estilo vintage. De acuerdo a los datos obtenidos de encuestas a realizarse, se procederá a resumir las conclusiones, señalando las debilidades halladas y las oportunidades hacia un mercado existente pero nuevo para nuestro negocio. Con los resultados vamos a definir los objetivos, estrategias y programas para desarrollar para la implementación de este segmento de arreglos florales a la empresa Costaflorece S.A.

**Debilidades-Amenazas** – Costaflorece no cuenta con una especialización en su oferta.

Baja población en este mercado debido a su alto costo.

Pocas necesidades de mejora y cambio en el negocio.

Grandes superficies y mercadillos suponen los espacios de la competencia.

Las ventas se sustentan en ramos, planta y centros, ocupando el 66,8% del volumen de negocio semanal.

Las campañas de descuento han tenido baja incidencia sobre las ventas.

**Fortalezas-Oportunidades** - La visión y optimismo de cómo evolucionan las ventas es positiva. Tipo de cliente: mujer, mediana edad, exigente, fiel a este tipo de detalle y comercio, valora la asesoría y el precio establecido por COSTAFLOREC S.A.

Ubicación

Ser y verse como profesionales es lo primordial.

Habilidad de detectar una necesidad insatisfecha.

Realizar arreglos florales que entre los más demandados son los arreglos con base de materiales reciclaje.

Disposición para trabajar.

Para entender mejor el contexto de esta investigación, se dispone un glosario de términos que se utilizaran a posterioridad.

**Mercado:** lugar geográfico o sitio público para vender, comprar o permutar bienes y servicios (Diccionario: Real Academia Española)

**Comercialización:** Acción comercializar, Comercializar, poner a la venta un producto (Diccionario: Real Academia Española)

**Costos:** Cantidad que se debe pagar por algo, bien o servicio (Diccionario: Real Academia Española)

**Financiamiento:** Disponibilidad de Capital Propio y consecución de capital Ajeno, para financiar las inversiones previstas (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas).

**Estado de Situación Financiera:** Refleja lo que dispone la Empresa como Patrimonio Propio y las obligaciones contraídas (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas).

**Estado de Pérdidas y Ganancias:** Determina la Situación económica de la Empresa (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas)

**Rentabilidad:** Coeficiente resultante entre las utilidades sobre las ventas, capital propio e inversiones (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas).

**Relación beneficio/ costo:** indicador que se utiliza para decidir entre varias alternativas la que ofrece un mayor beneficio (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas).

**Calidad Total:** Filosofía que conlleva a un mejoramiento continuo mediante la adecuada y racional utilización de los factores productivos, hasta alcanzar mejores índices de productividad y eficiencia (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas).

**Planificación Estratégica:** Es un mecanismo de orientación y de gestión empresarial para lograr que se cumplan los objetivos, estrategias y metas planteadas (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas).

**Flujo de Caja:** Inscribe los pronósticos de inversiones, ingresos, costos y gastos en efectivo, así como los saldos disponibles (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas).

**Inflación:** Situación que caracteriza un brusco incremento en los precios o una disminución del poder adquisitivo de la moneda (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas).

**Tasa Interna de Retorno TIR.** Representa la rentabilidad promedio por período generada por un proyecto de inversión (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas).

**Valor actual neto VAN.** También conocido como valor actualizado neto o valor presente neto (en inglés net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV) inversión (gestiopolis – Diccionario de administración de empresas).

### **Análisis Financiero**

Para Lawrence J. Gitman y Chad J. Zutter (Principios de la administración financiera, Decimosegunda Edición, Pearson Educación publicada México 2012), definen a las finanzas como el destreza y la sabiduría de dirigir el capital, este simple y al mismo tiempo amplio concepto nos da la idea de cómo las finanzas afectan nuestro diario vivir, o la decisión que tomemos sobre nuestros ingresos, cuanto gastamos, como gastamos y cuanto debemos ahorrar, y

al mismo tiempo como debemos invertir esa parte ahorrada para obtener una de rentabilidad, el mismo sistema o contexto se aplica a las finanzas corporativas o de una empresa, de cómo invertir el dinero de los inversionistas, multiplicar sus utilidades, reinvertir las ganancias o cómo distribuir las entre los inversionistas.

Para James C. Van Horne (Fundamentos de la Administración Financiera, Decimotercera Edición, Pearson Educación publicada México 2010), define a la administración financiera como la parte que se ocupa de la adquisición, el financiamiento y la administración de los bienes personales o en otro caso los de la empresa con una meta específica, y que para la consecución de estos objetivos se desglosan tres áreas importantes: Decisión de inversión, financiamiento y administración de bienes. La administración financiera eficiente siempre va a requerir de la existencia de objetivos o metas, porque la decisión financiera eficiente debe hacerse basados en parámetros, aunque sea posible tener varios objetivos, pero siempre debemos suponer que la empresa debe maximizar la riqueza de los accionistas actuales de la misma.

Luego de revisado estos pequeños pero grandes conceptos de finanzas y administración financiera, podemos decir que las finanzas nos ayudan a encaminar los recursos necesarios y fuentes de financiamiento que se deben llevar a cabo para la elaboración de un proyecto o giro del negocio. Por consiguiente, al momento de la toma de decisiones sobre invertir o no en un proyecto todo inversionista debe considerar las siguientes preguntas.

¿Cuánto voy a invertir?

¿Cuál es el riesgo de mi inversión?

¿En qué tiempo voy a recuperar la inversión realizada?

¿Qué rendimiento voy a obtener de la inversión?

Los procesos que dan resultados a estas preguntas propuestas por los inversionistas son: Valor presente neto (VPN), Tasa interna de retorno (TIR), Criterio del plazo de recuperación (PAYBACK) y otros procedimientos que puedan diferir al resultado de la inversión.

### **Valor Presente Neto (VPN)**

Para Lawrence J. Gitman y Chad J. Zutter (Principios de la administración financiera, Decimosegunda Edición, Pearson Educación publicada México 2012), en su capítulo 10 Técnicas para la elaboración del presupuesto de capital definen al VALOR PRESENTE NETO (VPN), como el método más utilizado por las empresas para evaluar proyectos de inversión. La técnica del VPN subtrae los flujos de efectivo de la empresa del costo de capital.

Formula **VPN**:

$$VPN = -P + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

FNE = Flujo neto de efectivo del año n, que corresponde a la ganancia neta después de impuestos en el año n.

P = Inversión inicial en el año 0.

i = Tasa de referencia

Si  $VPN > 0$  el proyecto de inversión es aceptado

Si  $VPN < 0$  el proyecto de inversión es aceptado

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Para Lawrence J. Gitman y Chad J. Zutter (Principios de la administración financiera, Decimosegunda Edición, Pearson Educación publicada México 2012), en su capítulo 10 Técnicas para la elaboración del presupuesto de capital definen a la Tasa interna de rendimiento o retorno (TIR), es la tasa máxima se le puede exigir a una inversión de capital antes de que el proyecto sea rechazado.

$$VAN = -I + \frac{FC1}{(1 + TIR)^1} + \frac{FC2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{FCn}{(1 + TIR)^n}$$

Si  $TIR >$  Costo de capital el proyecto de inversión es aceptado

Si  $TIR <$  Costo de capital el proyecto de inversión es aceptado

### **Índice de Rentabilidad (IR)**

El índice de rentabilidad consiste en relacionar el valor presente de los flujos futuros de un proyecto y la inversión inicial del mismo. Tal es que para obtener el índice de rendimiento dividimos el valor actual de los flujos prometidos del proyecto con el capital inicial, si este resultado es igual o mayor a uno el proyecto se acepta, caso contrario el proyecto se rechaza.

### **Factibilidad Financiera**

Para Nassir Sapag Chain, Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa, Pearson Educación 2001, indica el estudio de la rentabilidad de una inversión es determinar con mayor exactitud, la cantidad o cuantía de las inversiones, así como sus costos y beneficios a obtener de un proyecto, el inversionista sea este público o privado lo que busca es invertir y obtener una rentabilidad económica y que esta valoración sea mayor a la de los recursos consumidos.

Un proyecto de inversión es económicamente factible cuando los ingresos cubren todos los gastos y existe un excedente mayor o sea obtiene una rentabilidad, adecuada para las condiciones de riesgo del proyecto.

Otros autores como Lawrence J. Gitman y Michael D. Joehnk en su libro “Fundamentos de inversiones Investments (2005), definen a la rentabilidad como el nivel de beneficio de una inversión, esto hace referencia a un beneficio económico por una inversión realizada o un rendimiento a un proyecto puestos en marcha, podríamos decir que un inversionista realiza una inversión o invierte en un proyecto basado en sus expectativas de rentabilidad o ganancia.

### **Riesgo Financiero**

Para Gabriela Vaca Urbina, Mariana Marcelino Aranda (Ingeniería Financiera, 2016, P.107) Define al Riesgo como evento externo negativo no esperado que afecta toda clase de proyecto de inversión. Todo inversionista está supeditado a toda clase de riesgos a su inversión o proyecto, por ende, mientras más alto sea el riesgo de inversión en un proyecto más alta será la rentabilidad esperada del mismo.

### **2.4 Marco Legal**

#### **Constitución de la República del Ecuador - 2008**

Constitución de la República del Ecuador 2008, Registro Oficial 449 de 20-octubre-2008, Última modificación 13-julio-2011, Estado Vigente.

**TITULO II, DERECHOS, Capítulo Segundo, Derechos del Buen Vivir, Sección Octava, Trabajo y Seguridad Social, Artículo 33**, El trabajo es un derecho y deber social, y un derecho económico, en donde Estado asegura el derecho al trabajo siendo este una fuente de realización personal y económica, el mismo que es escogido y aceptado libremente.

**TITULO II, DERECHOS, Capitulo sexto, Derechos de libertad, Artículo 66, Se reconoce y garantizara a las personas, 15.** El Derecho a desarrollar actividades económicas en forma individual o colectiva, 16 Derecho a la contratación 17. Derecho a la libertad de trabajo, nadie será obligado a realizar un trabajo gratuito o forzoso, todo trabajo o actividad debe ser remunerada.

### **Código de Trabajo**

Código de trabajo, Codificación 17, Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005, Última modificación 26-sept-2012, Estado Vigente.

### **Título preliminar, disposiciones fundamentales.**

**Artículo 2.** Obligatoriedad del trabajo, especifica que el trabajo es un derecho y deber social, es obligatorio en la forma y medida de acuerdo a lo establecido en la Constitución y las leyes.

Artículo 3. Libertad de trabajo y contratación, todo trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a actividades lícitas y voluntarias.

### **Código de Comercio Ecuatoriano**

Codificación 28, Registro Oficial Suplemento 1202 de 20-ago-1960, Última modificación: 22-oct-2010, Estado: Vigente

**Libro primero de los comerciantes y agentes de comercio, título I de los comerciantes,** Sección I, De las personas capaces para ejercer el comercio

Artículo 6.- Toda persona que, según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio.

### **Código Orgánico de la Producción e Inversiones**

Según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, Título II, De la democratización de la Transformación Productiva.

Artículo 57.- Entiéndase por Democratización productiva al proceso de desarrollo de las instituciones sociales que conlleva al fortalecimiento de la sociedad civil, descentralizando factores y recursos productivos, facilitando el acceso a ser financiados, tanto en capital, como en tecnología para realizar actividades productivas, protegiendo la agricultura familiar y comunitaria. El Estado promoverá políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación.

### **Certificación Florecuador**

Reglamento General para empresas de producción, exportación y comercialización de flores, determina estándares, requisitos para la certificación de sistemas de producción de flores frescas cortadas y follaje en el Ecuador.” “Garantizar el cumplimiento de los parámetros legales y obligatorios en el país; y a su vez elevar la competitividad del producto en el mercado internacional proporcionando un valor agregado que representa el cumplimiento de los estándares sociales y ambientales.”

La floricultura en el Ecuador, con actividad desde hace más de 30 años, presenta un crecimiento sostenido no solo en volumen sino también en la diversificación de su oferta. El sector ha sido un pilar fundamental del desarrollo para el país; en los años en que la actividad nació todavía presentaba índices importantes de pobreza y subdesarrollo.

Actualmente, una gran porción de la población de la serranía ecuatoriana, depende económicamente del sector tanto directa como indirectamente (en producción o en bienes y servicios para la producción). FlorEcuador Certified® nace en el año 2005 como un esquema de Certificación Socio-Ambiental para empresas de producción y/o exportación, comercialización y/o venta de flores del Ecuador.

La Certificación FlorEcuador® eleva la competitividad del producto en el mercado internacional proporcionando un valor agregado que representa el cumplimiento de estándares sociales y ambientales.

Los objetivos de FlorEcuador son:

- a. Garantizar el cumplimiento de derechos, beneficios, seguridad y salud de los trabajadores.
- b. Minimizar el impacto ambiental causado por la actividad floricultora en el Ecuador.
- c. Control y reducir el uso de plaguicidas y otros insumos utilizados en la actividad. d.

Regular el trabajo adolescente y garantizar la no utilización de trabajo infantil. (<http://florecuador.com/certificacion>).

## Capítulo 3

### 3. Aspectos Metodológicos

#### 3.1. Diseño y Técnica de Recolección de Información

Como lo indica Malhotra en su libro “Investigación de Mercados”, este proyecto tratará de investigar la solución a un problema, mediante una investigación de la segmentación del mercado para poder establecer el potencial mercado, los principales competidores, así también Lawrence J. Gitman y Chad J. Zutter, (2012) trata de indicar que la factibilidad del proyecto, ayudaran a la gerencia a la toma de decisiones más apropiada.

##### 3.1.1. Diseño de Investigación Exploratoria

###### 3.1.1.1. *Investigación cualitativa*

Para proporcionar conocimiento y comprensión del entorno a este proyecto se realizó lo siguiente.

Las fuentes consultadas de información primaria fueron:

- Grupo focal
- Encuestas piloto
- Entrevistas a profundidad

Las fuentes de información secundaria consultadas fueron:

- Datos Internos
- Estados financieros de empresa Costaflore S.A.
- Datos Externos
- Fuentes Comerciales Generales:

Fuentes Gubernamentales:

Estados Financieros de empresas de flores reguladas por la Superintendencia de Compañías.

Ratios Financieros de empresas de flores reguladas por la Superintendencia de Compañías.

Información de contribuyentes de disponible en la página web del Servicio de Rentas

Internas.

Información pública disponible en la página web del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos.

Información de Ventas y Utilidades de empresas de arreglos florares de la Superintendencia de Compañías

### **3.1.2. Diseño de Investigación Concluyente**

#### ***3.1.2.1. Diseño de investigación descriptiva***

Se utilizó la técnica de encuesta para realizar la investigación descriptiva que ayudó a determinar la percepción de las características del producto, las características de los grupos pertinentes, como consumidores y vendedores.

### **3.2. Análisis Desde la Oferta**

#### **3.2.1. Determinación de la Competencia**

Un factor importante para este estudio de investigación, es el análisis de la oferta, en donde se va a determinar a la competencia que ofrece, dentro de un mismo mercado, los servicios de arreglos florales de forma general en la provincia del Guayas.

Para poder analizar la oferta, se ha recabado información de la Superintendencia de Compañías, la misma que clasifica a las empresas con la Clasificación Internacional de Industrias Uniforme (CIU) revisión 4,0. Esta clasificación es utilizada al momento de inscribir

un Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas (SRI) tanto para personas naturales como para sociedades o personas jurídicas.

Esta clasificación tiene como objetivo establecer las actividades económicas de forma armónica a nivel mundial y está dividida en: secciones, divisiones, grupos y clases. Es así que para este caso de estudio tenemos el CIIU desagregado a seis dígitos que corresponde a la actividad de servicio de arreglos florales, el que se muestra en la tabla a continuación:

Tabla 3 1 Desagregación de la clasificación CIIU para arreglos florales

CODIGO CIIU 4.0	DESCRIPCION CIIU
G	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.
G47	COMERCIO AL POR MENOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.
G477	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.
G4773	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS NUEVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.
G4773.2	VENTA AL POR MENOR DE FLORES, PLANTAS, SEMILLAS, FERTILIZANTES, MASCOTAS Y ALIMENTO PARA MASCOTAS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS.
G4773.21	Venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados, incluso arreglos florales.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

En el cuadro precedente se puede determinar que el código CIIU que corresponde a la actividad de "Venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados, incluso arreglos florales" es G4773.21, una vez conocido dicho código, se procede a la búsqueda de las compañías que a nivel nacional operan con bajo esta actividad, mediante la información web proporcionada por la Superintendencia de Compañías, obteniendo la siguiente información:

Tabla 3.2 Empresas que opera bajo el CIU G4773,21 a nivel nacional

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPANIA	PROVINCIA	CANTON	CIUDAD
38180	0790098595001	ACUAPRODUCT S.A.	EL ORO	MACHALA	MACHALA
151979	1091713221001	AGROPLANCTON CIA. LTDA.	IMBABURA	ANTONIO ANTE	ATUNTAQUI
38037	0790098585001	AGRORINAS S.A.	EL ORO	MACHALA	MACHALA
30758	190092003001	AGROVETERINARIA DEL AUSTRO C LTDA	AZUAY	CUENCA	CUENCA
83036	0991468746001	AKDENIZ S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
159223	1792118727001	ANDINASEED CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
160706	1792148308001	ANGUMBA TRADE CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
158946	1792083833001	ASTEFLOWERS ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
148487	1792390419001	BIOBERRIES DEL ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
152581	1791959191001	CARISMAFLOWER C.L.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
202205	190359387001	CECICACENTRO ECOLOGICO DE CAPACITACION E INVESTIGACION DE CULTIVOS ALTERNATIVOS CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA
87670	1791432894001	COFECSAFORESTAL S.A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
16381	1890079950001	COMERCIAL MEJIA CEPEDA CIA. LTDA.	TUNGURAHUA	AMBATO	AMBATO
87523	1791415051001	COMERCIAL XIMENA RUIZ XIMRU S.A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
88007	1791435702001	COMERCIALIZADORA DE INSUMOS FLORICOLAS FLORALCOM CIA. LTDA.	PICHINCHA	CAYAMBE	CAYAMBE
165043	1792403510001	COMERCIALIZADORA EMROSE S.A.	PICHINCHA	RUMINAHUI	SANGOLQUI
304496	1792686482001	COMERCIALIZADORA FLOROLES FRIS CIA LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
97993	1792293219001	COMERCIALIZADORA VLF SUPPLY S.A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
181422	1792533783001	COMERCIO Y SERVICIO DE FLORISTERIA BEAFLORSA S.A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
304877	0992988816001	COSTAFLOREC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
38107	0790094824001	COMPANIA EXPOCEANICA LABORATORIOS EXPOLAB S.A.	EL ORO	SANTA ROSA	SANTA ROSA

Fuente: Superintendencia de Compañías

En este cuadro se puede apreciar que existen dos empresas constituidas que se dedican al arreglo de flores en Guayaquil y el diferencial de empresas se encuentran ubicadas en otras ciudades del país, además existen cinco compañías que se están liquidadas, una en disolución y seis están canceladas.

Al analizar la oferta total, no se debe dejar de lado el análisis de las Personas Naturales que ofertan el servicio de arreglos florales, bajo la misma clasificación CIU descrita anteriormente, es por eso que mediante la información pública proporcionada en la página web del SRI, se

logra obtener el registro de todas las personas naturales tanto contribuyentes con RUC y contribuyentes bajo el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) a nivel zonal 8 Guayas como se muestra en el cuadro siguiente:

Tabla 3.3 Personas naturales de la Zonal 8 con actividad "Venta de arreglos florales"

NUMERO RUC	RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	ESTADO	CLASE	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDAD	FECHA DE ACTUALIZACION
100855992001	PALACIOS GOMEZ WALTER PATRICIO	FANTASY GARDEN	ACTIVO	OTROS	16/03/1999	08/05/2018
200483519001	GUEVARA GAROFALO HECTOR RODRIG	CIVERO CITROCACAO	ACTIVO	OTROS	01/05/2005	28/03/2018
201222700001	CHELATU ALONSO MIGUEL ANGEL		ACTIVO	OTROS	21/06/2002	10/01/2012
801225279001	CHANALATA ALMACHE NORMA GRACIELA		ACTIVO	RISE	30/05/1994	26/03/2018
300592102001	CARABAJA JARA LIVIA MARIA ZORAIDA		ACTIVO	RISE	05/01/2005	16/04/2018
7039932657001	SANMARTIN DELGADO MAURICIO JAVIER		ACTIVO	OTROS	27/03/2007	20/01/2016
803710476001	ROJAS TITO DARWIN GUSTAVO	TITO FLOWER	ACTIVO	OTROS	02/05/2002	22/03/2018
801366986001	ROJAS NARANJO ANGEL GUSTAVO		ACTIVO	OTROS	22/07/2003	01/08/2008
801860917001	MARTINEZ BURBANO ELIAS FERNANDO		ACTIVO	OTROS	12/07/2001	22/03/2018
905182822001	PIZANAN CORNEJO NORA MARGARITA		ACTIVO	RISE	13/10/2000	10/11/2017
905443802001	JIMENEZ JIMENEZ ADOLFO GUZMAN		ACTIVO	OTROS	19/07/2000	04/01/2012
905079307001	LEON ROSARIO NATIVIDAD		ACTIVO	OTROS	24/03/2003	02/12/2008
906516307001	SANCHEZ CASTRO RUPERTO ELIAS		ACTIVO	OTROS	22/05/1999	05/04/2012
906154570001	MUÑOZ AVILES GUILLERMO ALFREDO		ACTIVO	OTROS	25/10/2002	28/01/2008
906174008001	ENZ SALA SILVIA PATRICIA		ACTIVO	OTROS	28/05/1996	12/02/2014
906577999001	HERRERA RIVAS JOHNY ALEXANDER		ACTIVO	RISE	05/01/2001	21/05/2013
905906707001	VELIZ RODRIGUEZ MANUEL ANTONIO		ACTIVO	OTROS	10/01/2000	11/01/2016
905592010001	SUAREZ SANCHEZ PEDRO WASHINGTON		ACTIVO	RISE	30/09/1999	07/06/2016
905280989001	SAN LUCAS GONZALEZ LUIS BOLIVAR		ACTIVO	OTROS	13/12/2001	26/02/2016
902249949001	JACOME MARIN MAXIMO ADOLFO		ACTIVO	OTROS	03/06/1999	24/11/2014
902279629001	TENE SACA GUTIERRES MIGUEL ANGEL		ACTIVO	OTROS	17/03/1999	27/05/2005
903571545001	GOMEZ LEON JOSE RAFAEL		ACTIVO	OTROS	29/08/2000	21/09/2010
902970169001	ARGUELLO ARGUELLO CARLOS EFRAIN		ACTIVO	OTROS	06/01/1992	05/01/2018
903402790001	ORTEGA GUERRA JORGE SERAFIN		ACTIVO	OTROS	07/08/1997	23/07/2008
903462190001	MUÑOZ SUCHELLY BERTHA CECILIA		ACTIVO	RISE	25/05/1994	22/04/2016
900786419001	PAGUAY TROYA MARIANA		ACTIVO	RISE	14/03/2003	10/05/2010

Fuente: Servicio de Rentas Internas

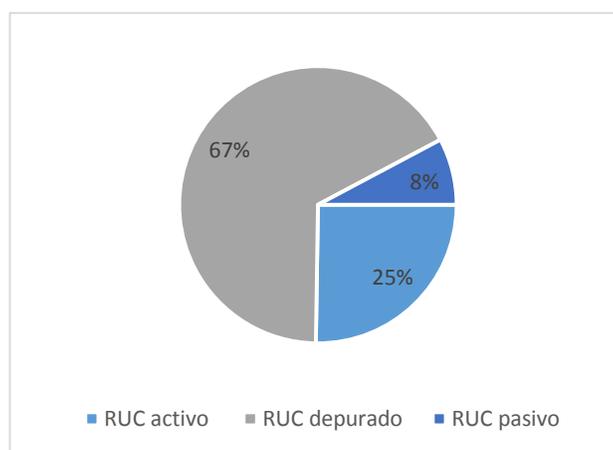


Ilustración 3.1 Representación gráfica de estados de RUC con la actividad "Venta de arreglos florales"

En la tabla 3.3. se puede observar que existen veintiséis personas naturales que se dedican a la "venta al por menor de flores incluso arreglos florales"; es decir, el 25,24% de los contribuyentes tienen su RUC activo, el 66,99% tienen el RUC depurado y el 7,77% tienen el RUC pasivo, como se puede observar en la figura 1.

El SRI establece un RUC depurado cuando:

Se verifica que el contribuyente no tiene ningún local comercial o actividad en la dirección que conste en el RUC; también verifica que el sujeto pasivo no registre actividad económica durante los 6 (seis) meses anteriores a la fecha de suspensión del RUC, que no se hubiese actualizado información en su registro dentro de los 6 (seis) meses anteriores a la suspensión del RUC, que el sujeto pasivo no tenga trámites pendientes de devolución de impuestos, que no existan solicitudes de autorización para emisión de comprobantes o que los documentos solicitados no estén vigentes y cuando no se encuentre evidencia de la existencia real del sujeto pasivo y un RUC es pasivo cuando un contribuyente fallece. (NAC-DGERCGC17-00000467 del Suplemento del Registro Oficial N° 80, 2017, p.3)

### **3.3. Análisis Desde la Demanda**

Pindyck & Rubinfeld (2009) afirman que la demanda se da cuando el individuo escoge dentro de la cesta de mercado aquella que maximiza su utilidad, dada una restricción presupuestaria. Para poder analizar la demanda se debe calcular la elasticidad precio-demanda y la elasticidad renta de la demanda que se define respectivamente como: La variación porcentual que experimenta la cantidad demandada de un bien cuando su precio sube un 1 por ciento y variación porcentual que experimenta la cantidad demandada de un bien cuando la renta aumenta un 1 por ciento.

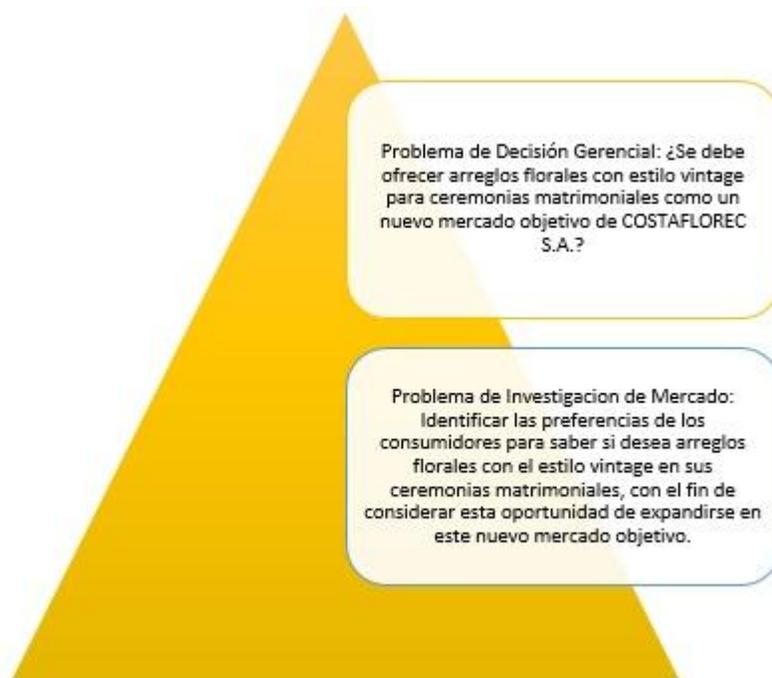
Bajo estos conceptos existen estudios realizados en Ecuador específicamente el realizado por la Universidad San Francisco de Quito (2016) para estimar la demanda de la Empresa Santa Inés, que confirma que las rosas son consideradas como un bien normal, lo que indica que los consumidores desean comprar una cantidad mayor de ellas cuando aumenta su renta, o en su defecto dejan de comprar rosas cuando su renta disminuye.

Otro estudio realizado por la Escuela Superior Politécnica del litoral (2004), indica que la elasticidad precio- demanda es menor a 1, demostrando que la demanda de rosas posee una demanda inelástica; es decir, la cantidad demandada es relativamente insensible a las variaciones del precio.

### **3.4. Investigación de Mercado**

#### **3.4.1. Definición del problema**

Para poder identificar la definición del problema se debe conocer cuál es el problema que desea solucionar la empresaria de Costaflore S.A., que en lo posterior se conocerá como el “problema de decisión gerencial” y de este problema, según Malhotra, se puede encontrar el problema de investigación de mercado que en la ilustración 3.2. se definen en:



*Ilustración 3. 2 Problema de Decisión Gerencial y Problema de Investigación de mercado de Costaflore S.A.*

*Elaborado por los autores*

Bajo esta necesidad de saber si se puede viabilizar el incremento de esta nueva línea de servicio para Costraflore S.A. se han fijado objetivos generales y específicos para recabar información de los consumidores con respecto al producto, precio, plaza y promoción, para el nuevo mercado objetivo como lo muestra la ilustración 3.3.



*Ilustración 3.3 Objetivos Generales y Objetivos Específicos del estudio de mercado*

*Elaborado por los autores*

### 3.4.2. Diseño de Investigación

#### *Investigación exploratoria cualitativa*

Tomando en consideración, que se desea conocer de forma cualitativa la opinión del mercado, acerca de este nuevo servicio de arreglos florales para la empresa Costaflore y poder sugerir los distintos curso de acción que puede realizar en la toma de decisiones, se ha realizado mediante el instrumento de recolección de datos, llamado grupo focal, en el mes de julio del año 2018, que fue integrado por diez personas de distinto género que desean realizar una ceremonia matrimonial con arreglos de flores al estilo vintage, dando los resultados de la ilustración 3.4.

*Ilustración 3. 4 Resultados grupo focal*



*Elaborado por los autores*

### **3.4.3. Investigación Concluyente Descriptiva**

Para darle rigurosidad al estudio de mercado, se procedió a realizar la investigación concluyente descriptiva, que permite cuantificar los datos obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información, encuesta, para poder inferir los resultados que ayudaran en la sección financiera de esta investigación.

#### **Diseño Muestral**

Para determinar el diseño muestral se han escogido los siguientes:

*Tabla 3 4Diseño Muestral*

<b>Elemento</b>	Hombres y mujeres solteros de 20 a 50 años que deseen adquirir arreglos florales para su ceremonia matrimonial.
<b>Unidad de muestreo</b>	Es la misma del elemento
<b>Extension</b>	Zona norte de la ciudad de Guayaquil
<b>Tiempo</b>	Periodo de la encuesta ( 3 semanas)
<b>Técnica de muestreo</b>	Probabilística por conveniencia

*Elaborado por los autores*

#### **Definición del Tamaño de la Muestra**

Para definir el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de población infinita, mayor a 100.000), ya que se desconoce la cantidad de parejas que desean celebrar su ceremonia matrimonial con arreglos de flores vintage.

$$n = \frac{\sigma^2 * P * Q}{e^2}$$

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha}}{Pr} \right)^2 0,5 * 0,5$$

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha}}{Pr} \right)^2 0,25$$

$$n = 384$$

Donde:

P= es una medida de dispersión (0,5)

Q= es una medida de dispersión (0,5)

Nivel de significancia= 95%

Error muestral= 1,96

Precisión= 5%

Con esta información se procedió a realizar 384 encuestas en la zona norte de la ciudad de Guayaquil y se encontraron los siguientes hallazgos que se resumen a continuación:

Tabla 3 5Tabla resultado de componente "producto"

PRODUCTO													
<p>Los encuestados son hombres y mujeres con un 50% por cada grupo. El 88% de los encuestados tienen de 20 a 40 años, esto es, que pertenecen a la generación denominada Millennials (1981-1995).</p>													
<p><b>CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO:</b> De acuerdo al 55% de los encuestados, la elegancia es la característica con mayor preferencia para arreglos florales con estilo vintage para una ceremonia matrimonial, seguido por el 36% que opinan que este tipo de arreglo debe ser romántico, dejando apenas con un 23% y 29% con respecto a las características: sencillo y original, respectivamente.</p>	<p>Característica más importante</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Característica</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Romántico</td> <td>0,363636364</td> </tr> <tr> <td>Elegante</td> <td>0,546875</td> </tr> <tr> <td>Original</td> <td>0,229166667</td> </tr> <tr> <td>Natural</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sencillo</td> <td>0,291666667</td> </tr> </tbody> </table>	Característica	Valor	Romántico	0,363636364	Elegante	0,546875	Original	0,229166667	Natural	0	Sencillo	0,291666667
Característica	Valor												
Romántico	0,363636364												
Elegante	0,546875												
Original	0,229166667												
Natural	0												
Sencillo	0,291666667												
<p><i>Ilustración 3. 5 Características más importantes del Servicio</i></p>													
<p><b>¿Qué elementos le parecen más atractivo?:</b> El estilo vintage se caracteriza por utilizar materiales antiguos como complemento, con respecto a ello, los encuestados nos indican que su preferencia son los arreglos florales con bases de vidrio en un 66% y, con un porcentaje muy similar de 65%, con bases de madera. No perdiendo espacio con 40% en bases de porcelana y con un 20% para las bases de aluminio.</p>	<p>Prefiere</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Material</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Base de Madera</td> <td>0,65</td> </tr> <tr> <td>Base de Vidrio</td> <td>0,6625</td> </tr> <tr> <td>Base de Aluminio</td> <td>0,2</td> </tr> <tr> <td>Base de Porcelana</td> <td>0,4</td> </tr> </tbody> </table>	Material	Valor	Base de Madera	0,65	Base de Vidrio	0,6625	Base de Aluminio	0,2	Base de Porcelana	0,4		
Material	Valor												
Base de Madera	0,65												
Base de Vidrio	0,6625												
Base de Aluminio	0,2												
Base de Porcelana	0,4												
<p><i>Ilustración 3. 6 Preferencia en materiales</i></p>													
<p><b>¿Deben tener ayuda de un asesor para la compra de los arreglos florales?:</b> Por ser un estilo de moda y con detalles sólo personas especializadas en estilo vintage conocen, el 55% del 100% de los encuestados concuerdan que están totalmente de acuerdo que deben tener ayuda de un especialista o asesor para la compra de arreglos florales con estilo vintage para ceremonias matrimoniales, seguido del 30% están de acuerdo.</p>	<p>Ayuda especializada</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de Ayuda</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Totalmente de acuerdo</td> <td>0,55</td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td>0,3</td> </tr> <tr> <td>Indiferente</td> <td>0,1</td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td>0,0375</td> </tr> <tr> <td>Desacuerdo</td> <td>0,0125</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de Ayuda	Valor	Totalmente de acuerdo	0,55	De acuerdo	0,3	Indiferente	0,1	Totalmente en desacuerdo	0,0375	Desacuerdo	0,0125
Tipo de Ayuda	Valor												
Totalmente de acuerdo	0,55												
De acuerdo	0,3												
Indiferente	0,1												
Totalmente en desacuerdo	0,0375												
Desacuerdo	0,0125												
<p><i>Ilustración 3.7. Tipo de Ayuda en la elección de los arreglos florales</i></p>													

Tabla 3 6 Tabla de resultado de componente 2

PLAZA	
<p><b>¿Cómo le gustaría comprar arreglos florales para ceremonias matrimoniales?:</b> Del 100% de los encuestados, el 42% consideran al wedding planner como el medio de mayor preferencia para la adquisición de arreglos florales, debido a que obtienen asesoría especializada en cuanto a costos y diseños.</p>	<p>WEDDING PLANNER</p> <p>preferible 42%</p> <p>Preferible 37%</p> <p>Menos preferible 21%</p> <p>■ Menos preferible ■ Preferible ■ Mas preferible</p>
Ilustración 3. 8. Comercialización del Producto	
<p><b>¿Usted compraría arreglos florales al estilo vintage vía internet, esto es, desde la página web de la florería?:</b> Otra preferencia de los encuestados con un 44% es adquirir los arreglos florales con estilo vintage en la florería, dado que al comprar de manera directa en el local se puede verificar y escoger personalmente los materiales y características, de acuerdo a sus gustos y preferencia.</p>	<p>FLORERIA</p> <p>Mas Preferible 44%</p> <p>Preferible 34%</p> <p>Menos Preferible 22%</p> <p>■ Menos Preferible ■ Preferible ■ Mas Preferible</p>
Ilustración 3. 9 En donde comprarían el nuevo servicio	
<p><b>¿Se ahorra tiempo al comprar arreglos florales vía telefónica?</b> El medio menos preferido entre los encuestado es el teléfono con un 60%, lo cual indica que, a pesar de que este medio ahorra tiempo, no es el más óptimo para comprar arreglos florales con estilo vintage para ceremonias matrimoniales. <b>¿Al comprar por internet (página web y redes sociales) tiene más opciones de elección en arreglos florales?</b> Las redes sociales es un medio de comercialización elegido entre los encuestados en un 31%, de los cuales, el 44% de las mujeres están en un rango de edad de 20 a 30 años, un 38% de 31 a 40 años y el 18% de 41 a 50, mientras que los hombres entre 20 a 30 años representan y los que están entre de 31 a 40 años representan un 88% seguido de un 11% de 41 a 50 años. <b>¿Qué tan importante sería para usted contar con la ayuda de un asesor especializado?:</b> Del total de los encuestados, un 42% prefiere obtener arreglos florales con estilo vintage por medio de wedding planner, representado en un 46% por mujeres en una edad de 20 a 30 años, 39% de 31 a 40 años y el 13% de 41 a 50 años, en lo referente a los hombres un 46% está entre los 20 a 30 años, 50% entre 31 a 40 años seguido de un 4% en un rango de edad de 41 a 50 años.</p>	<p>TELEFONO</p> <p>Preferible 25%</p> <p>Mas Preferible 15%</p> <p>Menos Preferible 60%</p> <p>■ Menos Preferible ■ Preferible ■ Mas Preferible</p>
Ilustración 3.10. Por qué medio gustarían recibir información	

Tabla 3 Tabla de resultado de componente 3

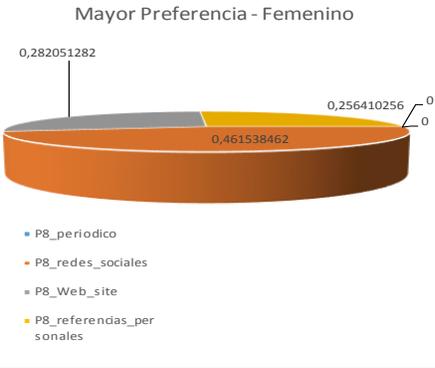
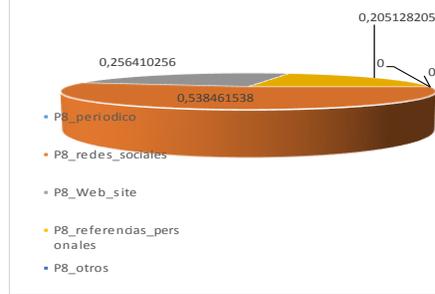
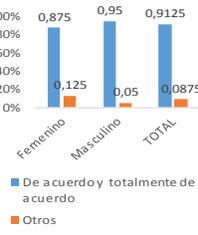
PROMOCION	
<p><b>¿Qué medios de comunicación considera ideales para conocer sobre arreglos y decoraciones en estilo vintage?:</b> Del 100% de encuestados del género femenino, se observa que el 46% tiene mayor preferencia por las Redes Sociales, mientras que un 28% considera ideal la opción de Página Web como medio de comunicación para conocer sobre arreglos y decoraciones en estilo vintage.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Mayor Preferencia - Femenino</b></p>  <p style="text-align: center;">Ilustración 3.11. Medio de comunicación preferido por las mujeres</p>
<p><b>¿Qué medios de comunicación considera ideales para conocer sobre arreglos y decoraciones en estilo vintage?:</b> Un caso muy similar ocurre en los participantes del género masculino, quienes indican que el 54% prefiere conocer sobre el estilo vintage a través de las Redes Sociales, mientras que sólo un 26% considera como preferencia a la Página Web.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Mayor Preferencia - Masculino</b></p>  <p style="text-align: center;">Ilustración 3.12. Medio de comunicación preferido por los hombres</p>
<p><b>¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones respecto a los medios de promoción de los arreglos florales al estilo vintage para ceremonias matrimoniales?:</b> Del 100% de los encuestados, se ha observado que el 91% de los participantes se encuentran De Acuerdo y Totalmente De Acuerdo al utilizar medios virtuales para encontrar información sobre precios y modelos en estilo vintage. Además, se ha podido comprobar que existe una gran aceptación en información recibida a través de Referidos, ya que el 80% de los encuestados se encuentran de acuerdo y Totalmente de acuerdo al considerar este canal de comunicación.</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="792 1161 1019 1417"> <p style="text-align: center;"><b>Medios virtuales</b></p>  </div> <div data-bbox="1027 1161 1250 1417"> <p style="text-align: center;"><b>Medios virtuales</b></p>  </div> </div> <p style="text-align: center;">Ilustración 3.13. Medio de comunicación preferido para encontrar información del servicio.</p>
<p><b>¿Qué promoción (regalo) le gustaría recibir al contratar la decoración floral al estilo vintage?:</b> Del 100% de los encuestados, se observa que el 48% prefiere recibir como beneficio adicional un "ARCO FLORAL" junto con su decoración en estilo vintage. Además, se observa que tienen una participación menos representativa "RAMO DE FLORES PARA DAMAS" con el 28% y "RAMO DE FLORES PARA LA NOVIA" con el 24%.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Promoción - Regalo</b></p>  <p style="text-align: center;">Ilustración 3.14. Promoción gustaría recibir</p>

Tabla 3 8 Tabla de resultado de componente 4

<p><b>¿Qué tan de acuerdo está usted con esta afirmación?:</b> Del total de los encuestados, un 67% que se encuentran en el rango de 41 a 50 años prefiere más el medio de pago a crédito, seguido de un 46% representado por las edades del 31 a 40 años y, finalmente, un 56% está entre la edad de 20 a 30 años. En la gráfica se puede visualizar que este medio de pago tener mayor acogida.</p>	<p style="text-align: center;"><b>PRECIO</b></p> <div style="text-align: center;"> <p><b>CREDITO</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Edad</th> <th>P13_credito Menos prefiere</th> <th>P13_credito Prefiere</th> <th>P13_credito Mas prefiere</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>P16_Edad_encuestado 20-30</td> <td>0,074074074</td> <td>0,37037037</td> <td>0,555555556</td> </tr> <tr> <td>P16_Edad_encuestado 31-40</td> <td>0,192307692</td> <td>0,346153846</td> <td>0,461538462</td> </tr> <tr> <td>P16_Edad_encuestado 41 en adelante</td> <td>0</td> <td>0,333333333</td> <td>0,666666667</td> </tr> </tbody> </table> </div>	Edad	P13_credito Menos prefiere	P13_credito Prefiere	P13_credito Mas prefiere	P16_Edad_encuestado 20-30	0,074074074	0,37037037	0,555555556	P16_Edad_encuestado 31-40	0,192307692	0,346153846	0,461538462	P16_Edad_encuestado 41 en adelante	0	0,333333333	0,666666667		
Edad	P13_credito Menos prefiere	P13_credito Prefiere	P13_credito Mas prefiere																
P16_Edad_encuestado 20-30	0,074074074	0,37037037	0,555555556																
P16_Edad_encuestado 31-40	0,192307692	0,346153846	0,461538462																
P16_Edad_encuestado 41 en adelante	0	0,333333333	0,666666667																
<p><b>El precio es el factor más importante al momento de adquirir un arreglo floral con estilo vintage para ceremonias matrimoniales". ¿Qué tan de acuerdo está usted con esta afirmación?:</b> Como se observa en el gráfico anterior, el precio es un factor bastante importante para la decisión de compra, siendo para el género masculino un porcentaje del 48% y para el género femenino el 35% en total acuerdo y de acuerdo 40% y 38% para los géneros masculino femenino respectivamente. Siendo indiferente igual para los hombres y las mujeres en un 10%. Con un desacuerdo y total desacuerdo para el género femenino con un 18% en total.</p>	<div style="text-align: center;"> <p><b>Precio como factor de compra</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Género Femenino</th> <th>Género Masculino</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td>0,025</td> <td>0,025</td> </tr> <tr> <td>Desacuerdo</td> <td>0,15</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Indiferente</td> <td>0,1</td> <td>0,1</td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td>0,375</td> <td>0,4</td> </tr> <tr> <td>Totalmente de acuerdo</td> <td>0,3</td> <td>0,475</td> </tr> </tbody> </table> </div>	Categoría	Género Femenino	Género Masculino	Totalmente en desacuerdo	0,025	0,025	Desacuerdo	0,15	0	Indiferente	0,1	0,1	De acuerdo	0,375	0,4	Totalmente de acuerdo	0,3	0,475
Categoría	Género Femenino	Género Masculino																	
Totalmente en desacuerdo	0,025	0,025																	
Desacuerdo	0,15	0																	
Indiferente	0,1	0,1																	
De acuerdo	0,375	0,4																	
Totalmente de acuerdo	0,3	0,475																	
<p><b>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la decoración floral al estilo vintage para una ceremonia matrimonial, por ejemplo, para 100 invitados?:</b> La mayoría de los encuestados tienen una disponibilidad a pagar de \$501 a \$1000 para los arreglos florales para una ceremonia matrimonial de 100 personas, en el género masculino con un 48% y para género femenino el 40%. Seguido por la disposición a pagar de \$300 a \$500 con el 28% para los dos géneros. Para los costos de \$1001 a \$2000 el género femenino tiene un 25% y el masculino 18%. Para valores mayores \$2001 existe un valor igual para los dos géneros el 8%.</p>	<div style="text-align: center;"> <p><b>Disponibilidad de pago</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Rango de Pago</th> <th>Género Femenino</th> <th>Género Masculino</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>300-500</td> <td>0,275</td> <td>0,275</td> </tr> <tr> <td>501-1000</td> <td>0,4</td> <td>0,475</td> </tr> <tr> <td>1001-2000</td> <td>0,25</td> <td>0,175</td> </tr> <tr> <td>mas de 2001</td> <td>0,075</td> <td>0,075</td> </tr> </tbody> </table> </div>	Rango de Pago	Género Femenino	Género Masculino	300-500	0,275	0,275	501-1000	0,4	0,475	1001-2000	0,25	0,175	mas de 2001	0,075	0,075			
Rango de Pago	Género Femenino	Género Masculino																	
300-500	0,275	0,275																	
501-1000	0,4	0,475																	
1001-2000	0,25	0,175																	
mas de 2001	0,075	0,075																	

Ilustración 3.15. Preferencia en forma de pago.

Ilustración 3.16. ¿El precio es un factor determinante en la compra del servicio?

Ilustración 3.17 Disponibilidad de pago.

### **3.5. Estudio de Factibilidad Financiera**

#### **3.5.1. Estados Financieros**

Una buena gestión contable siempre va a exigir la elaboración sistemática y estandarizada de sus estados financieros, que es resumir cada registro de las actividades contables-financieras de la empresa u entidad, la forma de como generan sus ingresos y la manera de como invierten o gastan su capital o rentabilidad, teniendo como objetivo principal estandarizar la información, y que pueda ser útil para la toma de decisiones.

Según la NIC 1 un juego completo de estados financieros comprende:

- Estado de situación financiera
- Estado de resultado integrado
- Estado de cambios en el patrimonio
- Estado de flujo de efectivo, y
- Notas (Resumen de las políticas contables más significativas y otra información explicativa)

##### ***3.5.1.1 Estado de Resultado Integral***

Históricamente el Estado de pérdidas y ganancias, es el reflejo la situación económica de la empresa; ahora conocido según NIIF como ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL, es quien pondera los ingresos y gastos de la empresa, en un determinado periodo cuyo objetivo principal es mostrar la utilidad y/o pérdida del ejercicio.

Tabla 3 9 Estado de Resultado Integral de la empresa Costaflorece S.A. año 2017

<b>CODIGO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2017</b>
<b>41</b>	<b>Ingresos Operacionales</b>	
4101	Ventas nacionales	\$6.524,04
5104	Costo indirectos	-
<b>42</b>	<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$6.524,04</b>
5201	Gastos Operacionales	-
5202	Gastos Administrativos	\$800,00
5203	Gastos Ventas	\$4.793,22
520221	Depreciación	-
<b>60</b>	<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$930,82</b>
63	Impuesto a la Renta Causado	\$204,78
<b>71</b>	<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$726,04</b>

*Elaborado por los autores*

El Estado de Resultado Integral de la empresa “Costaflorece S.A.”, muestra que la utilidad neta es desproporcional con relación a las ventas realizadas en este periodo, lo cual demuestra la necesidad de la diversificación de una nueva línea de servicio para tratar de incrementar las ventas de igual manera la utilidad de la compañía.

El pronóstico de las ventas según Gitman (2012) se lo realiza con base en datos internos y externos y se usa como información clave en el proceso de la planeación financiera a corto plazo. Bajo este concepto se ha tomado como dato externo el Producto Interno Bruto del Ecuador para el primer trimestre de este año, siendo este de 1.9%, según información proporcionada por el Banco Central del Ecuador,

Como dato interno se tomó el que resultó del estudio de mercado del nivel de aceptación del nuevo servicio de la empresa Costaflorece S.A. en donde el arreglo floral ya no costaría en promedio noventa dólares, sino que el valor agregado de arreglos florales para ceremonias

matrimoniales llegaría a costar en promedio 750 dólares, viendo incrementada las ventas unitarias en un 733%, tal como se ilustra en el siguiente cuadro:

*Tabla 3 10 Pronóstico de Ventas de Costaflore S.A.*

	<b>Ventas Unitarias Actuales (2017)</b>	<b>Precio de Venta proyectado (2018)</b>	<b>Incremento Porcentual Proyectado (2018)</b>
<b>Precio Venta Mínimo</b>	\$40,00	\$500,00	
<b>Precio Venta Máximo</b>	\$140,00	\$1.000,00	
<b>Precio de Venta Promedio</b>	\$90,00	\$750,00	<b>833%</b>

*Elaborado por: los autores*

Lo que resulta en un incremento total, incluyendo datos internos y externos de 735%, este resultado se aplica al valor registrado en Ventas Nacionales para encontrar el valor del pronóstico de Ventas Proyectado.

*Tabla 3 11 Ventas Proyectadas*

	<b>Ventas Anuales 2017</b>	<b>Incremento Porcentual Proyectado (2018)</b>	<b>Ventas Anuales proyectadas 2018</b>
<b>Ventas Promedio</b>	<b>6524,04</b>	<b>833</b>	<b>54.345,25</b>

*Elaborado por: los autores*

Una vez conocido el valor de las ventas se procede a elaborar el Estado de Resultado Proforma, en el cual se utilizó el Método de Porcentaje de Ventas, que es un modelo sencillo en donde se pronostica las ventas y después se expresa los diversos rubros del Estado de Resultados

como porcentaje de las ventas proyectadas. (Gitman, 2012, p.129). Usando los valores en dólares del Estado de Situación Integral de Costaflore S.A. para el año 2017, se encuentran que estos porcentajes son:

$$\frac{\text{Costos de Bienes Vendidos}}{\text{Ventas}} = \frac{\$4793,22}{\$6524,04} = 73,5\%$$

$$\frac{\text{Gastos Operativos}}{\text{Ventas}} = \frac{\$800,00}{\$6524,04} = 12,3\%$$

En el momento en que se aplican los porcentajes al pronóstico de ventas de Costaflore de \$54.475,73 (desarrollado en la tabla 3,9), se obtiene el estado de Resultado Proforma para los cuatro años subsiguientes que se presenta en la tabla 3,10.

*Tabla 3 12 Estado de Resultado Integral Proyectado*

<b>CODIGO</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
41	Ingresos Operaciones					
4101	Ventas nacionales	6.524,04	54.475,73	55.510,77	56.565,48	57.640,22
<b>42</b>	<b>Utilidad Bruta</b>	<b>6.524,04</b>	<b>54.475,73</b>	<b>55.510,77</b>	<b>56.565,48</b>	<b>57.640,22</b>
5202	Gastos Administrativos	800,00	898,10	1.008,23	1.131,87	1.270,65
5203	Gastos Ventas	4.793,22	8.314,80	14.423,70	25.020,81	43.403,63
<b>60</b>	<b>Utilidad Operacional</b>	<b>930,82</b>	<b>45.262,83</b>	<b>40.078,84</b>	<b>30.412,80</b>	<b>12.965,94</b>
<b>62</b>	<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>930,82</b>	<b>45.262,83</b>	<b>40.078,84</b>	<b>30.412,80</b>	<b>12.965,94</b>
61	Participacion 15%	-	-	-	-	-
63	Impuesto a la Renta causado	204,78	9.957,82	8.817,34	6.690,82	2.852,51
<b>71</b>	<b>Utilidad Neta</b>	<b>726,04</b>	<b>35.305,01</b>	<b>31.261,50</b>	<b>23.721,98</b>	<b>10.113,43</b>

*Elaborado por: Los autores*

Gitman en su libro Principios de Administración Financiera, indica que el método de porcentaje de ventas debe tener supuestos, por ello para la elaboración de la proyección, se estipuló que los costos y gastos de la empresa son variables.

### ***3.5.1.2 Estado de situación financiera***

Un Balance General, que en la actualidad según las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera), conocemos al ESTADO DE SITUACION FINANCIERA, es un documento contable que refleja la situación financiera de la empresa u ente económico, en una fecha y periodo determinado, su estructura definida con cuentas de activo, pasivo y patrimonio o capital contable, su presentación está definida por un formato, mas no el criterio personalizado de las cuentas, que está dado de acuerdo a la necesidad de cada empresa u entidad.

En cada empresa u entidad, quien está encargado de la elaboración de estos resúmenes financieros es el Departamento Contable-Financiero, quien a su vez debe realizar dicho levantamiento enmarcado en las Normas Internacionales de Información Financiera.

Una de las principales características de estos informes financieros, deben ser:

**COMPRENSIVOS;** y contener todas las actividades y operaciones realizadas por la empresa

**CONSISTENCIA;** totalmente coherente

**RELEVANCIA;** ya que muestran aspectos principales de la actividad de la empresa, que ayuden a evaluar hechos pasados, presentes y futuros.

**CONFIABILIDAD;** fiel reflejo de la actividad de la empresa

**COMPARABILIDAD;** pueda medirse o compararse con otros periodos.

A continuación, se presenta el Estado de Situación Financiera de la empresa Costaflore S.A.

Tabla 3 13 Estado de Situación Financiera de la empresa Costaflore S.A.

<b>CODIGO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2017</b>
<b>1</b>	<b>Activos</b>	
<b>101</b>	<b>Activos Corrientes</b>	
10101	Efectivo y Equivalente de Efectivo	\$800,00
1010207	Cuentas por Cobrar a terceros	\$800,00
1010206	Documentos por Cobrar	\$1.324,36
10105	Activos por Impuesto Corriente	\$18,21
	<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$2.942,57</b>
<b>102</b>	<b>Activos Fijos</b>	
1020105	Muebles y Enseres	
1020112	(-) Depreciación de muebles y enseres	
	<b>Total Activos Fijos</b>	
	<b>Total de Activos</b>	<b>\$2.942,57</b>
<b>2</b>	<b>Pasivos</b>	
<b>201</b>	<b>Pasivo corriente</b>	
20204	Cuentas por Pagar – Relacionadas	\$1.200,00
2010701	Impuesto por pagar	\$11,75
2010702	Impuesto a la renta por pagar 22%	\$204,78
	<b>Total de Pasivos</b>	<b>\$1.416,53</b>
<b>3</b>	<b>Patrimonio</b>	
30101	Capital	\$800,00
30701	Utilidad del ejercicio	\$726,04
30601	Utilidad acumulada	-
	<b>Total de Patrimonio</b>	<b>\$1.526,04</b>
	<b>Total de Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$2.942,57</b>

*Elaborado por los autores*

El Estado de Situación Financiera de la empresa “Costaflore S.A.” revela su situación financiera al 31 de diciembre del año 2017, que indica que sus activos y pasivos se encuentran agrupados solamente en activos y pasivos corrientes, es decir, que la empresa compra e inmediatamente vende su inventario; por esa razón no existe esta cuenta en su Estado Financiero.

Con respecto a la cuenta patrimonio se puede observar que la empresa opera con el capital suscrito inicial, que reposa en su acta de constitución y que ésta no muestra ningún incremento desde los inicios de la compañía.

Con respecto a los Estados de Situación Financiera Proforma, se utilizó el *método crítico*, que es un método simplificado, en el que se calculan valores de ciertas cuentas del Balance General, y el financiamiento externo de la empresa se usa como una cifra de equilibrio o “ajuste”. (Gitman, 2012, p. 131).

En este método se llegan a establecer algunos supuestos, para este caso de estudio se enumeran los siguientes:

1. El saldo de efectivo mínimo será de \$1.600,00
2. Las cuentas por cobrar, en promedio representan alrededor de 30 días de ventas (1/12 del año). Como se pronostica que las ventas anuales de Costaflore S.A. serán de \$54.475,73, las cuentas por cobrar deberían promediar \$4.539,64 (1/12 x \$54.475,73).
3. Los documentos por cobrar representan alrededor de 60 días de ventas (1/6 del año) al igual que en las cuentas por cobrar se relaciona con el pronóstico de ventas y da como resultado \$9.079,29.
4. Se adquirirá un activo fijo, acondicionador de frío, por un valor de \$2.000,00. con una depreciación lineal anual del 10% asigna un valor de \$200,00 da como resultado Activos Fijos Netos de \$1.800,00
5. Se espera que las compras representen el 50% de las ventas anuales, lo que corresponde a \$27.237,87 (\$54.475,73\*50%).
6. No exista incremento en cuentas por pagar relacionadas.

Tabla 3 14 Estado de Situación Financiera Proforma

<b>CODIGO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>1</b>	<b>Activos</b>				
<b>101</b>	<b>Activos Corrientes</b>				
10101	Efectivo y Equivalente de Efectivo	800,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
1010207	Cuentas por Cobrar a terceros	800,00	4.539,64	4.625,90	4.713,79
1010206	Documentos por Cobrar	1.324,36	9.079,29	9.251,80	9.427,58
10105	Activos por Impuesto Corriente	18,21	-	-	-
	<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>2.942,57</b>	<b>15.218,93</b>	<b>15.477,69</b>	<b>15.741,37</b>
<b>102</b>	<b>Activos Fijos</b>				
1020105	Equipo de oficina	-	2.000,00	2.000,00	2.000,00
1020112	(-) Equipo de oficina	-	66,67	200,00	200,00
	<b>Total Activos Fijos</b>	<b>-</b>	<b>1.933,33</b>	<b>1.800,00</b>	<b>1.800,00</b>
	<b>Total de Activos</b>	<b>2.942,57</b>	<b>17.152,26</b>	<b>17.277,69</b>	<b>17.541,37</b>
<b>2</b>	<b>Pasivos</b>				
<b>201</b>	<b>Pasivo corriente</b>				
20204	Cuentas por Pagar – Relacionadas	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
2010701	Impuesto por pagar	11,75	-	-	-
2010702	Impuesto a la renta por pagar 22%	204,78	-	-	-
	<b>Total de Pasivos</b>	<b>1.416,53</b>	<b>1.200,00</b>	<b>1.200,00</b>	<b>1.200,00</b>
<b>3</b>	<b>Patrimonio</b>				
30101	Capital	800,00	800,00	800,00	800,00
30701	Utilidad del ejercicio	726,04	35.305,01	31.261,50	23.721,99
30601	Utilidad acumulada	-	-	-	-
	<b>Total de Patrimonio</b>	<b>1.526,04</b>	<b>36.105,01</b>	<b>32.061,50</b>	<b>24.521,99</b>
	Financiamiento externo requerido		-	-	-
			<b>20.152,74</b>	<b>15.983,81</b>	<b>8.180,62</b>
	<b>Total de Pasivo y Patrimonio</b>	<b>2.942,57</b>	<b>17.152,26</b>	<b>17.277,69</b>	<b>17.541,37</b>

Elaborado por: Los autores

El valor negativo en el “financiamiento externo requerido” indica que la empresa generará internamente más financiamiento del necesario para apoyar su crecimiento en activos proyectados, el valor positivo en el “financiamiento externo requerido” significa que para sustentar sus activos proyectados deberá recaudar fondos vía deuda o capital.

### **3.5.2. Análisis de las Razones Financieras**

Para definir al análisis de los estados financieros, se puede decir que es un proceso crítico mediante el cual se va a evaluar la posición financiera presente y pasada una empresa, en cuyos resultados se establecerán mejores estimaciones y predicciones sobre las condiciones actuales y posibles resultados futuros, además permite supervisar el desempeño de una empresa. (Gitman, 2012, p. 61)

Por otra parte Gitman en su libro “Introducción a las Finanzas Administrativas”, en el Capítulo 2 indica, que el análisis de las razones financieras que se realice a todos los estados financieros es de suma importancia para los accionistas puesto que necesitan saber los niveles actuales y futuros de riesgo así como su rendimiento económico, a los acreedores, por saber la capacidad de endeudamiento y cumplimiento de las obligaciones contraídas y la propia administración para ver la funcionalidad y operatividad de la empresa.

Con los estados financieros de la empresa Costaflore S.A. se realizará un análisis financiero utilizando las razones financieras más relevantes para este caso de estudio.

#### **3.5.2.1. Razones de liquidez**

Gitman (2012) afirma: “La liquidez de una empresa se mide por su capacidad para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento” (p. 65). Es decir, que es lo mínimo que la empresa debe tener en posesión de sus activos corrientes para cumplir con sus pasivos corrientes.

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

Tabla 3 15 Ratio de Liquidez Corriente

<b>CODIGO</b>	<b>Cuentas</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
101	<b>Activos corrientes</b>	2.942,57	15.218,93
201	<b>Pasivos corrientes</b>	1.416,53	1.200,00
	<b>Liquidez corriente</b>	<b>2,08</b>	<b>12,68</b>

Elaborado por los autores

Luego de haber realizado los cálculos de los porcentajes correspondientes a la liquidez corriente, se ha determinado que durante el año 2017 Costaflore S.A. por cada dólar que adeuda, cuenta con 2,08 para enfrentar cualquier problema de liquidez, así mismo para el año en curso 2018 su incremento a 12,68 se debe al incremento de su efectivo, cuentas y documentos por cobrar debido a que la compañía puso en marcha un nuevo servicio de venta de flores para eventos matrimoniales y otros servicios sociales, por ende y por tratarse de eventos para un grupo selectivo, razón por la cual se maneja este sistema de pago a crédito.

### 3.5.2.2. Índice de endeudamiento

Los índices de endeudamiento miden en qué proporción los activos totales son financiados por los acreedores, cuan mayor sea este índice o razón financiera en mayor el dinero de terceros que la empresa utiliza para generar ingresos o utilidad. Además, Gitman (2012) indica: “que el *grado de endeudamiento* mide el monto de deuda en relación con otras cifras significativas del balance general.” (p. 71.).

$$\text{Indice de endeudamiento} = \frac{\text{Total de pasivos}}{\text{Total de activos}}$$

Tabla 3 16 Ratio de Endeudamiento

<b>CODIGO</b>	<b>Cuentas</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
2	<b>Pasivo totales</b>	1.416,53	1.200,00
1	<b>Activos totales</b>	2.942,57	17.277,69
	<b>Indice de endeudamiento</b>	<b>48,14</b>	<b>6,95</b>

*Elaborado por los autores*

Una vez que se ha determinado para Costaflore S.A. el índice de endeudamiento, se debe tener en consideración la actividad comercial a la que se dedica, y en cifras haber mantenido un indicador de 48,14 durante el año 2017 que es un porcentaje bien alto sabiendo que casi el 50% de los ingresos de la compañía son financiados para generar utilidad, caso opuesto podríamos decir que para el año 2018 la empresa tiene un porcentaje bajo equivalente al 7,00 aun es aceptable sabiendo que el índice de endeudamiento es más que una medida de capacidad, una medida de riesgo, y aun con este porcentaje se encuentra cubierta toda obligación lo que ya no podría hacer es contraer más obligaciones porque ahí se estaría alejando de todo pronóstico realizado en el flujo de caja.

### **3.5.2.3. Razones de rentabilidad**

Según Otto González (Consultores Asociados, 2013) este índice nos permite analizar las utilidades generadas en relación al volumen de ventas, a monto de sus activos o a su capital aportado.

Para Gitman 2012) este índice nos permite evaluar la utilidad operativa en relación a las ventas.

**Margen de utilidad operativa**, mide la proporción o porcentaje de cada dólar obtenido de las ventas como utilidad después de descontar todos los costos y gastos.

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}}$$

*Tabla 3 17 Ratio de Margen de utilidad operativa*

<b>CODIGO</b>	<b>Cuentas</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
60	<b>Utilidad operativa</b>	930,82	45.262,83
4101	<b>Ventas</b>	6.524,04	54.345,25
	<b>Índice de endeudamiento</b>	<b>14,27</b>	<b>83,09</b>

*Elaborado por los autores*

El margen de la utilidad operacional es un indicador de mucha importancia puesto de que este estudio no muestra la rentabilidad de un negocio muy indiferente cuales hayan sido los medios de financiamiento propios o ajenos, en la presente tabla nos muestra como Costaflore S.A. para el año 2017 cuenta con una utilidad del 14,27% mientras que para el 2018 la empresa tiene un crecimiento notable del 83,09% debido a que sus ventas se ven incrementadas en gran proporción por la inclusión del nuevo servicio de venta de arreglos florales para eventos matrimoniales factor principal de dicho incremento.

### 3.5.3. Evaluación Económica y Financiera Costaflore S.A.

Para determinar si la empresa Costaflore S.A. tendría una mejora en su rentabilidad al implementar un nuevo servicio de arreglos florales al estilo vintage para ceremonias matrimoniales, se analizará la factibilidad o viabilidad financiera utilizando herramientas financieras como el Valor Presente Neto (VPN); Tasa Interna de Retorno (TIR); y criterio de plaza de recuperación (PAYBACK), que son los principales indicadores de viabilidad en la evaluación de proyectos.

#### Inversión Inicial

Al momento de determinar aquel valor que se deberá invertir en el proyecto se ha tomado los costos en los que se incurrirían al momento de su implementación.

*Tabla 3 18 Costo de implementar arreglos florales para ceremonias matrimoniales*

<b>CODIGO</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual por unidad del servicio nuevo</b>	<b>Costo total anual</b>
5101	<b>Materiales directos</b>	\$1.000,00	\$12.000,00
5102	<b>Costo de mano de obra</b>	\$1.528,00	\$18.336,00
5103	<b>Costos indirectos</b>	\$800	\$9.600,00
<b>Costo total de la implementación</b>			<b>\$39.936,00</b>

*Elaborado por: Los autores*

En la información de la tabla 3.11 se evidencia que los costos anuales, bajo el supuesto de realizar tres decoraciones al estilo vintage por cada mes, en materiales directos son de \$12.000,00; en costos de mano de obra directa, se vinculará a tres personas para el arreglo de la decoración y floristas, por un valor anual de \$18.336,00 y de costos indirectos se considera el

valor de \$9.600,00 ya que por la compra de activos fijos, como el equipo de frío para que se puedan conservar más tiempo las rosas generará un incremento en los valores en planillas de servicios básicos.

### **3.5.3.1. Valor presente neto (VPN)**

El valor presente neto es una herramienta financiera mediante el cual nos permite llevar valores futuros de un proyecto al valor presente elevado a una tasa de rendimiento y restado de la inversión inicial, con un único propósito de determinar si el proyecto de inversión es rentable y cumple con las expectativas de los inversionistas. Sabiendo que el si este resultado es inferior a uno no es conveniente para la empresa, si es igual a cero puede tratarse de indiferente, y cuando sobrepasa la unidad es viable, rentable y cumplirá con las expectativas esperadas tanto para la administración como los accionistas e inversionistas.

Para calcular la VPN se necesita saber a qué tasa de rendimiento debe ganar un proyecto específico para compensar de manera adecuada a los dueños de la empresa, es decir, para mantener o mejorar el precio de las acciones de esta última. (Gitman, 2012, p.417), lo que se conoce como la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR), y se calcula de la siguiente forma:

$$R = R_f + \beta(R_m - R_f)$$

***Donde:***

*R= Tasa mínima atractiva de retorno*

*R<sub>f</sub>= Tasa libre de riesgo*

*B= Riesgo apalancado*

*R<sub>m</sub>-R<sub>f</sub>= Prima de riesgo*

La tasa libre de riesgo  $R_f$  es la suma del riesgo de los bonos del tesoro de los Estados Unidos de América y el Riesgo país, para este caso de estudio se sumará el riesgo país del Ecuador. Se utilizó el riesgo de Estados Unidos al cierre del día 15 de agosto del 2018 2:59 pm de 2,852% y el riesgo país Ecuador al 17 de julio de 2018 de 661 puntos base o 6,61%, resultado un  $R_f$  de 9,4352%.

La tasa libre de riesgo  $R_m - R_f$  se la obtuvo del análisis que realiza Damodaran para mercados emergentes que entrega un valor de 8,63%.

Se tomó en consideración un estudio realizado en el 2004 por el Grupo de Investigación y Solvencia y Riesgo Financiero de la Universidad del Valle de Chile, en donde establecen los betas apalancados y no apalancados por sectores, para este caso de estudio se consideró el sector agroindustrial – sección flores- otorgando un riesgo apalancado de 0,89.

Como siguiente paso se procedió a considerar a la Empresa “Flores de la Victoria” como empresa comparable para desapalancar el beta; es decir, quitarle el riesgo de su nivel de deuda y del impuesto, bajo la siguiente formula:

$$Ba = \frac{(1 - L) \cdot \beta}{(1 - L * T)}$$

***Donde:***

*Ba= Riesgo desapalancado de la empresa comparable*

*L=Endeudamiento de la empresa comparable*

*T= Porcentaje de impuestos de la empresa comparable*

De los Estados financieros de la empresa “Flores de la Victoria” se obtuvo:

$$L = \frac{TOTAL PASIVO}{TOTAL ACTIVO} = \frac{1'365.574,54}{3'232.813,51} = 0,4224$$

$$T = \frac{Impuesto pagado}{Utilidad Antes de Impuesto} = \frac{99.130}{450.592,68} = 0,2199$$

Con estos valores se procede a calcular el riesgo desapalancado de la empresa “Flores de la Victoria”.

$$Ba = \frac{(1 - 0,4224) \cdot 0,89}{(1 - 0,4224 * 0,2199)} = 0,5667$$

Se procede a apalancar el beta con el riesgo de la empresa Costaflore S.A. bajo la siguiente fórmula:

$$\beta = \frac{(1 - L * T) * Ba}{(1 - L)}$$

**Donde:**

*B= Riesgo apalancado de la empresa del proyecto*

*Ba= Riesgo desapalancado de la empresa comparable*

*L=Endeudamiento de la empresa del proyecto*

*T= Porcentaje de impuestos de la empresa del proyecto*

De los Estados financieros de la empresa Costaflore S.A.se obtuvo:

$$L = \frac{TOTAL PASIVO}{TOTAL ACTIVO} = \frac{1.416,53}{2.942,57} = 0,4814$$

$$T = \frac{Impuesto pagado}{Utilidad Antes de Impuesto} = \frac{204,72}{930,82} = 0,2199$$

Reemplazando se obtiene el siguiente riesgo:

$$\beta = \frac{(1 - 0,4814 * 0,22) * 0,5667}{(1 - 0,4814)} = 0,9770$$

Para encontrar la TMAR se acoplan todos los valores calculados, dando como resultado una Tasa mínima atractiva de retorno de:

$$R = Rf + \beta(Rm - Rf)$$

$$R = 9,4352\% + 0,9770(8,63\%)$$

$$R = 17,87\%$$

El 17,87% es el “premio” al riesgo, ya que el inversionista que coloque el dinero en este proyecto es acreedor a una ganancia superior a la que le daría colocar su dinero en un banco, ya que a mayor riesgo mayor ganancia y viceversa.

### **3.5.3.2. Tasa interna de retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno es otra herramienta financiera que nos permite obtener en porcentaje la viabilidad del proyecto de inversión, teniendo como referencia que para toda inversión que su producto sea mayor a uno es restable, y que la opción inferior a este producto o resultante debe ser rechazado por tratarse de una inversión de riesgo que nos llevar a la perdida tanto del tiempo invertido como de su capital efectivo o financiado.

### 3.5.3.3. Payback (PB)

Es el que determina en qué momento se va recuperar la inversión, a través de la suma de los flujos esperados hasta obtener el periodo de recuperación.

Tabla 3 19 Flujo de caja proyectado

CODIGO	Cuentas	Inversión Inicial	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4
4101	<b>Ventas</b>		\$54.475,73	\$54.475,74	\$56.565,48	\$56.565,48
51	(-) <b>Costos de ventas</b>		\$4.793,22	\$8.314,80	\$14.423,70	\$25.020,81
42	(=) <b>Utilidad bruta</b>		\$49.682,51	\$46.160,93	\$42.141,78	\$31.544,67
5202	(-) Gastos administrativos		\$800,00	\$898,10	\$1.008,23	\$1.131,86
510401	(-) Depreciación equipo de frío		\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
510402	(-) Depreciación vehículo		\$5.400,00	\$5.400,00	\$5.400,00	\$5.400,00
	(=) <b>Utilidad Operativa</b>		\$43.282,51	\$39.662,83	\$35.533,55	\$24.812,81
531001	(-) Pérdida Vta. Equipo de frío					\$1.146,00
531002	(-) Pérdida Vta. Vehículo					\$400,00
60	(=) <b>Utilidad A.I y P.T.</b>		\$43.282,51	\$39.662,83	\$35.533,55	\$23.266,81
	(-) Participación Trabajadores		\$6.492,38	\$5.949,42	\$5.330,03	\$3.490,02
61	15%					
62	(=) <b>Utilidad Antes de Impuesto</b>		\$36.790,14	\$33.713,41	\$30.203,52	\$19.776,79
63	(-) Impuesto a la renta		\$8.093,83	\$7.416,95	\$6.644,77	\$4.350,89
71	(=) <b>Utilidad Neta</b>		\$28.696,31	\$26.296,46	\$23.558,74	\$15.425,89
520121	(+) Depreciación Equipo de frío		\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
520123	(+) Depreciación vehículo		\$5.400,00	\$5.400,00	\$5.400,00	\$5.400,00
5301	(+) Pérdida Vta. AF		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$1.546,00
531001	(-) Equipo de refrigeración	\$2.000,00				
531002	(-) Vehículo	\$27.000,00				
9503	(-) Capital de trabajo	\$39.936,00	-\$31.764,64	\$313,46	\$0,00	
950208	(+) Venta de activo fijo					\$5.054,00
	(+) Recuperación capital de trabajo					\$8.484,82
<b>9502</b>	<b>(=) FLUJO DE CAJA</b>	<b>-41936</b>	<b>\$60.660,95</b>	<b>\$26.183,00</b>	<b>\$23.758,74</b>	<b>\$30.710,71</b>
	<b>Flujo de caja acumulado</b>	<b>\$41.936,00</b>	\$18.724,95	\$44.907,94	\$68.666,69	\$99.377,40
	<b>VP FC</b>	<b>(\$ 41.936,00)</b>	\$51.464,28	\$18.845,72	\$14.508,20	\$15.910,24
	<b>INTERESES</b>	\$0,00	\$9.196,67	\$7.337,27	\$9.250,54	\$14.800,47

Elaborado por: Los autores

---

<b>VPN</b>	\$ 58.792,45
<b>TIR</b>	99,43%
<b>PAY BACK</b>	1,69 años

---

Se puede indicar que existe un Valor Presente Neto muy atractivo, así mismo coincide un TIR superior a TMAR, lo que hace que los accionistas vean una oportunidad de incrementar su rentabilidad al momento de colocar sus inversiones en este portafolio y el periodo de recuperación del capital es aproximadamente a un año y medio.

## **Capítulo 4**

### **4. Resultados**

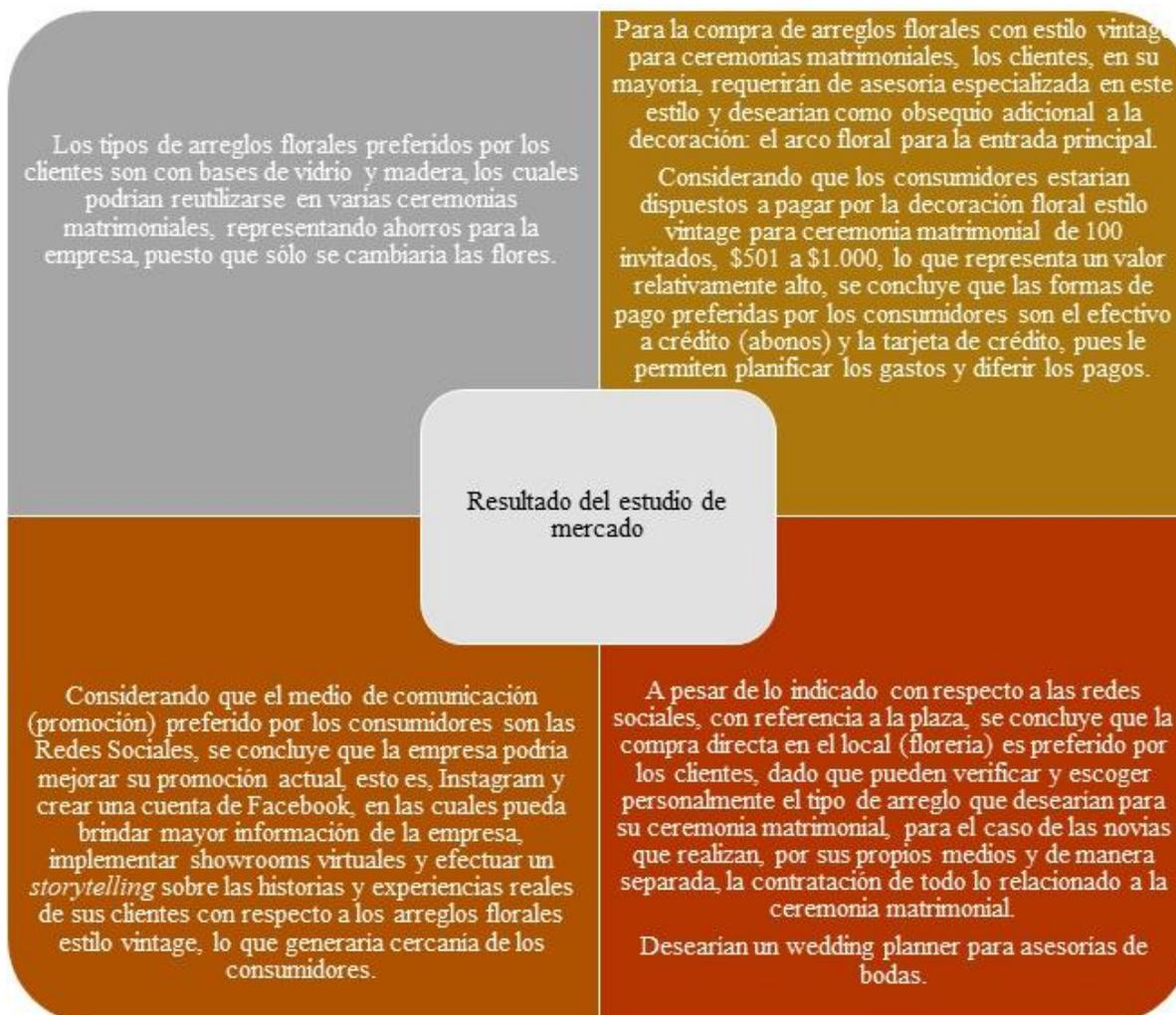
#### **4.1. Resultado del Análisis de Oferta y Demanda**

En el estudio de oferta se demostró que existen dos empresas constituidas en el Ecuador con la actividad: “venta al por menor de flores incluso arreglos florales” AKDENIZ S.A. y Costaflore S.A.

No solo AKDENIZ S.A. sería la competencia directa de Costaflore S.A., también existen personas naturales que realizan esta actividad, siendo así que existen veintiséis competidores que se suman a la totalidad de los ofertantes en la ciudad de Guayaquil que proporciona este servicio.

En cuanto a la demanda se pudo evidenciar que la elasticidad que las rosas poseen demandas inelásticas, que son un bien normal y que a medida que la renta aumenta la demanda de rosas aumenta y viceversa.

## 4.2 Resultado del Análisis Cualitativo y Cuantitativo del Estudio del Mercado



*.Elaborado por los autores*

### 4.3. Conclusiones del Estudio de Factibilidad

Una vez realizada las encuestas, entrevistas y análisis de los estados financieros de Costaflore S.A. se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- El nuevo servicio de eventos matrimoniales al estilo vintage goza de una total aceptación en el mercado, mismo que garantizará los ingresos estimados y proyecciones establecidas, ya que existe suficiente mercado para este segmento en particular, lo cual fue corroborado por nuestro estudio de la demanda.
- El proyecto fue sometido a rigurosos estudios financieros y económicos, dando como resultado la factibilidad económica, siendo el indicativo de la rentabilidad ofrecida por la **(TIR)** mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento **(TMAR)** y que la recuperación de su capital será aproximadamente en 1,6 años, corroborado por el Valor Presente Neto (VPN) siendo positivo y mayor que cero.
- Los indicadores de la factibilidad financiera del proyecto, han sido satisfactorios y los esperados e indican una excelente posibilidad de que el servicio de arreglos florales para eventos matrimoniales al estilo vintage es exitoso aun considerando las actuales condiciones del mercado local, que fueron considerados para el efecto de este estudio.

## Conclusiones

La aceptación de las flores ecuatorianas, el incremento de las nupcias matrimoniales en el Ecuador, es una ventaja que se convierte en la oportunidad de ingresar a un nuevo segmento de negocio como ofrecer servicio de arreglos florales para eventos matrimoniales al estilo vintage.

Con un costo de implementación de arreglos florales para ceremonias matrimoniales de \$39.936,00 el proyecto genera un VPN de \$58.792,45 lo cual indica viabilidad y rentabilidad del proyecto, más aun teniendo una Tasa mínima atractiva de retorno TMAR del 17,87

El estilo vintage no es algo nuevo pero si exclusivo, personalizado y diferente, ahí la razón la empresa Costaflore S.A. en invertir en la comercialización de venta de flores al estilo vintage.

La innovación y predisposición con la que cuenta la empresa, ayudara a estar preparada para hacer frente a un incremento en sus operaciones, ya sea en arreglos florales o eventos matrimoniales.

De acuerdo a la información obtenida por las entrevistas realizadas a grupos de personas de entre 20 a 45 años, la aceptación al producto al nuevo servicio, y el incremento en el Ecuador de matrimonios del 4,5%; es decir, 60.353 nupcias, inclinaron la balanza a la aceptación de implementar este nuevo servicio.

## **Recomendaciones**

Por los resultados obtenidos y de acuerdo a los análisis individuales de VPN, TIR, PAYBACK, el proyecto debe ser puesto en marcha, porque es rentable y viable.

Sería recomendable que Costaflore S.A. se contacte con Florecuador (Pro Ecuador), puesto que este ente reglamenta las empresas dedicadas a la comercialización de flores, lo cual garantizara el cumplimiento de los parámetros legales y obligatorios en el país, para su competitividad en los mercados nacionales e internacionales.

A mediano plazo, luego de haberse posesionado en el mercado local guayaquileño, promocionar este nuevo servicio de arreglo florales para eventos matrimoniales al estilo vintage a nivel de país, puesto que el incremento en matrimonio según estadísticas es a nivel del Ecuador y este servicio tiene como base la localidad guayaquileña.

Es importante que Costaflore S.A. gestione un plan de mercadeo a largo plazo puesto que sus índices son altos y necesitará contratar ayuda publicitaria para ser más eficiente y consistente.

## 5. BIBLIOGRAFIA

- Universidad **Politécnica** Salesiana. (2015). *Estudio financiero para determinar la factibilidad de la empresa “Flores de la Victoria” para comercializar y exportar flores cortadas desde Cayambe hasta la ciudad de Hamburgo, Alemania*. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10446/1/UPS-GT001510.pdf>
- Brealey Myers Allen (2012). *Principios de Finanzas Corporativas*. Recuperado de [https://www.u-cursos.cl/usuario/b8c892c6139f1d5b9af125a5c6dff4a6/mi\\_blog/r/Principios de Finanzas Corporativas 9Ed Myers.pdf](https://www.u-cursos.cl/usuario/b8c892c6139f1d5b9af125a5c6dff4a6/mi_blog/r/Principios_de_Finanzas_Corporativas_9Ed_Myers.pdf)
- Normas APA Sexta Edición. Recuperado de <https://www.um.es/documents/378246/2964900/Normas+APA+Sexta+Edici%C3%B3n.pdf/27f8511d-95b6-4096-8d3e-f8492f61c6dc>
- Banco Central del Ecuador (2018) *Reporte Mensual de Inflación*. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201806.pdf>
- Universidad del Valle. (2004). *Betas Apalancados y Betas no Apalancados según Sectores - Colombia (2001 - 2004) -- Precios Corrientes*. Recuperado de [http://www.cashflow88.com/decisiones/Betas Sectores Colombia 2004 Bu y BL.pdf](http://www.cashflow88.com/decisiones/Betas_Sectores_Colombia_2004_Bu_y_BL.pdf)
- Chevrolet (2018) Camiones**. Recuperado de <https://www.chevrolet.com.ec/camiones-0km.html>
- Gitman, J y Zutter J. (2012) *Principios de la Administración Financiera*. Recuperado de <http://icg-uagr.com/wp-content/uploads/2015/08/LIBRO.pdf>
- Ecuador en cifras (2018) *Registro Estadístico de Matrimonios y Divorcios 2017*. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_agropecuarias/espac/espac-2016/Presentacion%20ESPAC%202016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2016/Presentacion%20ESPAC%202016.pdf)
- Ecuador en cifras (2016). *Si vas a organizar tu boda ten en cuenta las cifras*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias-INEC/2017/matrimonios.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (2016). *Reporte GEM 2016*. Recuperado de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>
- World Bank Group Flagship Report (2018) *Doing Business 2018 Reforming to Create Jobs*. Recuperado de [http://espanol.doingbusiness.org/~/\\_media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf](http://espanol.doingbusiness.org/~/_media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf)
- Malhotra, N. (2008) *Investigación de Mercado*. Recuperado de <https://mail.google.com/mail/u/0/#search/malhotra?projector=1>

Damodaran, (2018), *Betas Damodaran*. Recuperado de <http://www.betasdamodaran.com/>

La Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe, y el Banco Mundial (2017), *El espíritu empresarial en América latina*. Recuperado de <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/16347>

## 6. ANEXOS

### Anexo 1

#### **Guía de Entrevista:**

**Preámbulo:** El moderador dio la bienvenida, se presentó y agradeció la participación a los asistentes, explicó que el objetivo del grupo focal es conocer su opinión sobre de arreglos florales con estilo vintage.

**Introducción y Calentamiento:** Se realizó una descripción breve de la empresa, del producto que ofrece, la situación y problema actual. Se mostraron fotos de arreglos florales con estilo vintage para ceremonias matrimoniales. Se efectuó una presentación por parte de cada uno de los participantes.

**Desarrollo de Preguntas:** Se efectuaron preguntas abiertas para obtener información para responder los cuatro componentes definidos en la presente investigación de mercado, referentes a las cuatro variables del marketing (producto, plaza, promoción y precio).

## Anexo 2

Guía para el focus group por cada componente:

Componente 1	Componente 2	Componente 3	Componente 4
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Categorizar las principales características que los consumidores prefieren para conocer las particularidades que debe tener el arreglo floral con estilo vintage.</li> <li>•Mencionar los elementos que eligen los consumidores para el arreglo floral con estilo vintage, con el fin de determinar los tipos de arreglos florales que se deben ofertar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Determinar los puntos de venta más utilizado por los consumidores de arreglos florales para ceremonias matrimoniales, con el fin de identificar el más apropiado.</li> <li>•Deducir si los puntos de comercialización actuales satisfacen la cobertura de las ventas para identificar las ventajas y desventajas de estos canales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Establecer los medios de comunicación más utilizado por los consumidores, con el propósito de determinar la eficiencia de éstos.</li> <li>• Determinar las ventajas y desventajas de los medios de comunicación elegidos por los clientes para establecer el más óptimo para los arreglos florales con estilo vintage para ceremonias matrimoniales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Determinar los métodos de pago preferidos al momento de la compra del producto para jerarquizar los más utilizados.</li> <li>•Evaluar las ventajas y desventajas de las formas de pago elegidos por los clientes, con el fin de encontrar el método recomendable para la oferta.</li> </ul>

## Anexo 3

### Guía de entrevista

#### **Introducción**

#### **Moderador:**

Buenos (días, tardes, noche), mi nombre es \_\_\_\_\_, de antemano agradezco por compartir su tiempo con nosotros y ayudarnos en este grupo focal.

El objetivo de este grupo focal es conocer su opinión sobre un nuevo e innovador estilo de arreglos florales. Esta reunión va a durar aproximadamente una hora.

Cabe recalcar que todo lo que se diga en este grupo focal será confidencial y utilizado únicamente como datos de la investigación. Por esta razón será grabado.

La empresa COSTAFLOREC S.A. es una empresa que se ha enfocado en un nuevo concepto de arreglos florales con estilo VINTAGE, el cual se caracteriza por ser un producto diferenciado por utilizar flores de exportación, las cuales por las condiciones climáticas son enviadas desde Ibarra, ciudad que se destaca por producción, calidad y exportación de las mismas.

El estilo vintage en arreglos florales se compone de unir flores en tonos pasteles, donde también se toma en cuenta la calidad, el estilo, la historia u otras características que permitan hacer un arreglo único, donde podemos plasmar nuestras emociones y sentimientos. La característica de este estilo es utilizar objetos reciclados para transformarlos en un elegante arreglo de flores.

(Mostrar presentación sobre estilo vintage y solicitar a presentes leerlas)

Este grupo focal se enfoca en bodas. El problema de la empresa es saber si puede entrar el mercado de bodas con arreglos florales con estilo vintage.

(Mostrar imágenes de decoraciones florales con estilo vintage para bodas y explicar cómo se utilizan)

Ahora que está clara la forma de intervención les pido que me cuenten un poco más de Uds., ¿cuál es su nombre?, ¿A qué se dedican? ¿Dónde trabajan? (Le pregunta a cada persona)

#### **SECCIÓN 1: PRODUCTO**

Moderador:

Una vez visto los arreglos, me gustaría conocer ¿qué piensan del estilo?

¿Cuáles son las principales razones por las que compraría un arreglo floral con estilo vintage?

(Profundiza preguntando el porqué de las razones que motivan a la compra.)

¿Cuáles son las principales razones por las que compraría un arreglo floral con estilo vintage?

(Profundiza preguntando el porqué de las razones que motivan a la compra.)

¿Utilizaría usted esta nueva tendencia para su boda?

¿En qué parte de su matrimonio usted estaría dispuesto a utilizar este estilo?

## **SECCIÓN 2: COMUNICACIÓN**

Moderador:

Para darnos a conocer hasta el día de hoy, Costaflorece mantiene como punto de venta su local comercial ubicado en Plaza Aventura. Adicionalmente, utiliza sus cuentas de las redes sociales para darse a conocer y que los consumidores puedan observar su trabajo, haciendo conocer la variedad de arreglos florales para las diferentes ocasiones.

A través de las redes sociales, se atienden consultas, requerimientos y pedidos sobre productos, precios, forma de pago, envíos, entre otros. Los métodos más efectivos por cual Costaflorece ha obtenido buenos resultados y ha dado a conocer sus productos ha sido a través de marketing boca a boca, canjes publicitarios y redes sociales.

Para la decoración para su matrimonio, ¿Cómo lo harían? ¿Dónde buscan información?

¿Qué medio de comunicación ustedes preferirían al momento de buscar arreglos florales con estilo vintage para ceremonias matrimoniales?

## **SECCION 3: PLAZA**

Moderador:

Luego de encontrar la información acerca de los arreglos florales con estilo vintage para ceremonias matrimoniales.

## Anexo 4 Matriz de necesidad de información para realizar el cuestionario

<i>Pasos</i>	<i>Desarrollo</i>
<b>1. Especificar la información que se necesita</b>	Conocer si los consumidores aceptarían el estilo vintage para una boda.
	Características del estilo vintage.
	Opinión de los clientes sobre las características del estilo vintage.
	Materiales utilizados en arreglos florales con estilo vintage.
	Tipos de arreglos florales con estilo vintage.
	Opinión de los clientes sobre tipos de arreglos florales con estilo vintage.
	Puntos de venta actuales utilizados por la empresa.
	Opinión de los clientes sobre puntos de ventas.
	Eficiencia de los puntos de venta actuales utilizados por la empresa.
	Ventajas y desventajas de puntos de ventas utilizados por la empresa.
	Cuáles son los medios de comunicación actuales utilizados por la empresa.
	Opinión de los clientes sobre medios de comunicación.
	Qué medios de comunicación prefieren los clientes.
	Ventajas y desventajas de medios de comunicación utilizados por la empresa.
	Fomas de pago preferidas por los clientes.
Opinión de los clientes sobre medios de pago.	
Ventajas y desventajas de medios de pago.	
<b>2. Especificar el tipo de entrevista</b>	Entrevista personal
<b>3. Determinar el contenido de las preguntas individuales</b>	Se ha considerado que cada una de las preguntas contribuya con información necesaria para la investigación: preferencias de los consumidores en las características, promoción, formas de pago y plaza para la compra de arreglos florales con estilo vintage.
	Se ha formulado el número necesario de preguntas para obtener la información necesaria y de forma clara.
<b>4. Diseñar las preguntas para superar la incapacidad y la falta de disposición del encuestado para responder</b>	Con el fin de evitar la incapacidad de responder, al inicio del cuestionario se da una breve explicación sobre los arreglos florales con estilo vintage y se muestran fotos para una mejor ilustración.
	El cuestionario cuenta con preguntas de fácil entendimiento para el encuestado.
	Temas con respecto al precio y pagos se encuentran en la parte final del cuestionario.
<b>5. Decidir la estructura de las preguntas</b>	Las preguntas son estructuradas. Se ha omitido preguntas no estructuradas, con el fin de evitar dificultades en la tabulación de datos y cuenta con preguntas de opción múltiple.
<b>6. Determinar la redacción de las preguntas</b>	Cada una de las preguntas define el tema al que hace referencia: características del producto, plaza, promoción y formas de pago.
	Se utilizan palabras comunes.
	Se utilizan únicamente enunciados positivos,
<b>7. Organizar las preguntas en el orden adecuado</b>	El cuestionario cuenta al inicio con pregunta filtro, luego preguntas de información y al final preguntas de identificación.
<b>8. Identificar el formato y distribución</b>	El cuestionario ha sido dividido por secciones, cada una haciendo referencia a un tema específico, en el presente caso, las variables del marketing: producto, plaza, promoción y precio.
<b>9. Reproducir el cuestionario</b>	El cuestionario ha sido impreso en hojas blancas A4 en blanco y negro.
	Las imágenes han sido impresas a color.
	Las preguntas se encuentran en tres páginas. Cada pregunta cuenta con instrucciones de respuesta
<b>10. Eliminar errores mediante pruebas previas</b>	Se realizó una prueba piloto a una muestra de 20 personas, se detectaron errores, se corrigieron y se emitió el cuestionario final.

## Anexo 5

**CUESTIONARIO**

Buenos días/tardes/noches. Mi nombre es \_\_\_\_\_ y estoy realizando una investigación de mercado de la nueva tendencia de arreglos florales estilo vintage en ceremonia matrimoniales.

El estilo vintage en arreglos florales, es una decoración compuesta por flores en tonos pasteles y objetos antiguos. (Mostrar figuras)

**SECCION A: PREGUNTA FILTRO**

1. Una vez que ya ha observado las fotografías, ¿Le gustaría, en caso que no lo haya hecho, celebrar su ceremonia matrimonial con decoración floral al estilo vintage?

Si (1) \_\_\_\_\_ (continúe con el resto de preguntas)

No (2) \_\_\_\_\_ (gracias por participar, finalización de la encuesta)

**SECCION B: CARACTERSTICAS DEL PRODUCTO**

2. Seleccione y ordene tres características que usted cree que debería resaltar en los arreglos florales al estilo vintage para ceremonia matrimonial. Marque tres opciones, siendo 3 el más importante, 2 importante y 1 menos importante.

Romántico (1)	
Elegante (2)	
Original (3)	
Natural (4)	
Sencillo (5)	

3. Como ya se ha mencionado, el arreglo floral al estilo vintage se compone de flores en tonos pasteles y elementos adicionales. De las opciones abajo mencionadas, ¿qué elementos le parecen más atractivo? (Marque dos opciones)

Arreglos florales con bases de madera (1)	
Arreglos florales con bases de aluminio (2)	
Arreglos florales con bases de vidrio (3)	
Arreglos florales con bases de porcelana (4)	

## SECCION C: COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

1. ¿Cómo le gustaría comprar arreglos florales para ceremonias matrimoniales? Marque tres opciones, siendo 3 la que más prefiera, 2 la que prefiera y 1 la que menos prefiera.

Redes sociales (Whatsapp, Facebook, Instagram) <sup>(1)</sup>	¿Cuál? _____
Wedding Planner/ Organizador de Eventos <sup>(2)</sup>	
Teléfono <sup>(3)</sup>	
Florería (local) <sup>(4)</sup>	
Página web <sup>(5)</sup>	
Otra <sup>(6)</sup>	

2. ¿Usted compraría arreglos florales al estilo vintage vía internet, esto es, desde la página web de la florería? Indique en la siguiente escala:

Si <sup>(1)</sup> \_\_\_\_\_ No <sup>(2)</sup> \_\_\_\_\_

3. Al momento de elegir la decoración floral al estilo vintage, ¿Qué tan importante sería para usted contar con la ayuda de un asesor especializado?

Nada importante <sup>(1)</sup>	Poco importante <sup>(2)</sup>	Indiferente <sup>(3)</sup>	Importante <sup>(4)</sup>	Muy Importante <sup>(5)</sup>
1	2	3	4	5

4. Por favor indique, ¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones referentes a la comercialización de los arreglos florales estilo vintage para ceremonias matrimoniales?

	Totalmente en Desacuerdo <sup>(1)</sup>	Indiferente <sup>(3)</sup>	De Acuerdo <sup>(4)</sup>	Totalmente de Acuerdo <sup>(5)</sup>
(1) Se ahorra tiempo al comprar arreglos florales vía telefónica				
(2) Al comprar por internet (página web y redes sociales) tiene más opciones de elección en arreglos florales.				
(3) Al comprar directamente en la florería, se puede verificar y escoger personalmente el tipo de arreglo que prefiero.				
(4) Al adquirir los arreglos florales por medio de un organizador de eventos/wedding planner obtengo asesoría especializada en cuanto a costos y diseños.				



## SECCION D: MEDIOS DE PROMOCIÓN

1. Del siguiente listado, ¿qué medios de comunicación considera ideales para conocer sobre arreglos y decoraciones en estilo vintage? Marque tres opciones, siendo 3 la que más prefiera, 2 la que prefiera y 1 la que menos prefiera.

Periódico (1)
Redes sociales (2)
Página web (3)
Referencias personales (4)
Otro (5)

¿Cuál? \_\_\_\_\_

2. Por favor indique, ¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones respecto a los medios de promoción de los arreglos florales al estilo vintage para ceremonias matrimoniales?

	Totalmente en Descuerdo (1)	Desacuerdo (2)	Indiferente (3)	De Acuerdo (4)	Totalmente de Acuerdo (5)
(1) En los medios virtuales puedo encontrar modelos y precios de arreglos florales para ceremonias matrimoniales.					
(2) La información recibida por referidos acerca de arreglos florales es más confiable que las de las redes sociales					
(3) En los medios escritos la información sobre arreglos florales para ceremonias matrimoniales es limitada.					

3. ¿Qué promoción (regalo) le gustaría recibir al contratar la decoración floral al estilo vintage? Marque una opción.

Ramo floral para damas de honor (1)	
Arco floral para entrada principal (2)	
Ramo floral para la novia (3)	
Otro (4)	

¿Cuál? \_\_\_\_\_

### SECCION E: DISPOSICIÓN Y MEDIOS DE PAGO

1. “El precio es el factor más importante al momento de adquirir un arreglo floral con estilo vintage para ceremonias matrimoniales”. ¿Qué tan de acuerdo está usted con esta afirmación?

Totalmente en Descuerdo (1)	En Descuerdo (2)	Indiferente (3)	De Acuerdo (4)	Totalmente de Acuerdo (5)
1	2	3	4	5

2. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la decoración floral al estilo vintage para una ceremonia matrimonial, por ejemplo, para 100 invitados? (escoja una opción).

\$300 - \$ 500 (1)	
\$501 - \$ 1.000 (2)	
\$1.001 - \$2.000 (3)	
Más de \$2.001 (4)	

3. ¿Cuál sería la forma de pago que usted utilizaría al momento de adquirir arreglos florales para una ceremonia matrimonial? Marque tres opciones, siendo 3 la que más prefiera, 2 la que prefiera y 1 la que menos prefiera.

Efectivo (1)	
Crédito (2)	
Tarjeta de crédito (3)	
Transferencia bancaria (4)	

4. Por favor indique, ¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones con relación a la forma de pago de arreglos florales estilo vintage para ceremonias matrimoniales?

	Totalmente en Descuerdo (1)	Desacuerdo (2)	Indiferente (3)	De Acuerdo (4)	Totalmente de Acuerdo (5)
(1) Pagar con tarjeta de crédito permite planificar gastos y diferir pagos.					
(2) Pagar con transferencia bancaria es más rápido y se puede realizar desde cualquier parte que me encuentre.					
(3) Pagar de contado y en efectivo me ahorra intereses adicionales que se generan al hacer pagos con tarjetas					

4. Seleccione su género

F     \_\_\_  
M     \_\_\_

5. Selección su rango de edad

20-30 (1)	
31-40 (2)	
41- 50 (3)	