



**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA
FLORERÍA “FLORARTE” EN PICHUCALCO,
CHIAPAS.**

Presenta:

Alejandra Mercedes Bastard Mazariego

Profesor:

M.F.E. Marisela Ivette Robles Higuera

EVALUACIÓN DE PROYECTOS

3er Cuatrimestre

MAD01SSC1020-A

Pichucalco, Chiapas a 06 de agosto del 2021



FLORARTE
Emociones Florales

ÍNDICE

I. DEFINICIÓN DEL PROYECTO	1
1.1. INCONVENIENTES PRESENTADOS AL APLICAR EL PROYECTO, CAUSAS MÁS COMUNES	1
1.2. ENTIDAD EJECUTORA DEL PROYECTO	2
1.2.1. ACTIVIDADES	2
1.3. NECESIDADES A SATISFACER CON EL PROYECTO	2
1.3.1. PRODUCTOS Y SERVICIOS A OFRECER	3
1.3.2. OBJETIVOS.....	6
1.3.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	7
II. ESTUDIO DE MERCADO	10
2.1. EL PRODUCTO	10
2.2. EL CLIENTE.....	11
2.2.1. EL PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	12
2.2.2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	13
2.3. LA DEMANDA.....	14
2.3.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	14
2.4. LA OFERTA.....	16
2.4.1. LOS COMPETIDORES EN EL MERCADO DEL PRODUCTO	16
2.4.2. LOS COMPETIDORES EN LOS MERCADOS DE INSUMOS Y SERVICIOS RELACIONADOS.....	18
2.5. ESTRATEGIAS DE MERCADEO.....	19
2.6. MERCADO DE INSUMOS	21
2.6.1. ASPECTOS A TENER EN CUENTA	21
2.6.2. SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE INSUMOS	22

2.7. PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO Y LOS INSUMOS.....	23
III. LA ORGANIZACIÓN	25
3.1. ESTRUCTURA LEGAL	25
3.1.1. ESQUEMA DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL A EMPLEAR.....	26
3.1.2. CONSTITUCIÓN Y LEGALIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	28
3.2. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	31
3.2.1. ORGANIGRAMA	31
3.2.2. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES.....	33
3.2.3. ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL	33
IV. MARCO FINANCIERO	47
4.1. LAS INVERSIONES DEL PROYECTO	47
4.1.1. INVERSIÓN FIJA	47
4.1.2. INVERSIÓN DIFERIDA.....	48
4.2. CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	49
4.2.1. INVERSIÓN TOTAL	49
4.2.2. CAPITAL DISPONIBLE.....	51
4.3. POLÍTICAS FINANCIERAS.....	51
4.4. FINANCIAMIENTO.....	53
V. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	55
5.1. GERENCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	56
5.1.1. FACTORES AMBIENTALES DE FLORARTE	58
5.1.2. RELACION DE LOS INTERESADOS	59
5.1.3. PROCESOS PARA LA GERENCIA DEL PROYECTO.....	60
5.2. PLAN DE EJECUCIÓN.....	70
5.2.1. PLAN DE GESTION DEL ALCANCE	71

5.2.2. PLAN DE GESTION DEL TIEMPO	71
5.2.3. PLAN DE GESTION DE COSTOS	71
5.2.4. PLAN DE GESTION DE LA CALIDAD	71
5.2.5. PLAN DE GESTION DE RIESGOS	72
5.2.6. PLAN DE GESTION DE RECURSOS HUMANOS.....	73
5.2.7. PLAN DE GESTION DE LAS COMUNICACIONES	73
5.2.8. PROCESO PRODUCTIVO	73
5.3. EVALUACIÓN DE RESULTADOS	79
5.3.1. RECOMENDACIONES	81
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83

I. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

Los proyectos tienen su origen cuando las personas tienen necesidades insatisfechas o surgen de la oportunidad de introducir algo novedoso en el mercado; bajo esta línea de ideas, si se quiere iniciar con un proyecto de inversión, se debe tener clara cuál será la necesidad insatisfecha o en dónde se encuentra la oportunidad de obtener ganancias. Actualmente existe mucha competencia en el mercado, por esto las empresas tienen siempre que estar innovando, evaluando la calidad del servicio, tener bien establecidos los objetivos y estrategias para mantener la fidelidad del cliente.

Para formular un proyecto con éxito, se debe establecer un fin y para ello se necesita tener el planteamiento de los pasos a seguir así como los obstáculos que existirán para lograrlo, la puesta en marcha de un proyecto implica una investigación extensa y de calidad para reducir la incertidumbre que existe respecto a una idea nueva.

Un proyecto de inversión es un conjunto de actividades sistematizadas que tienen como objetivo alcanzar un beneficio económico o social; para lograrlo, la idea debe analizarse desde varios enfoques, por lo que se recurre al Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo y finalmente al Estudio Financiero para determinar su viabilidad.

La presente investigación se realiza con el fin de conocer si es rentable invertir en la Florería FLORARTE, que estará ubicada en el centro del municipio de Pichucalco, Chiapas.

1.1. INCONVENIENTES PRESENTADOS AL APLICAR EL PROYECTO, CAUSAS MÁS COMUNES

De acuerdo con el tipo de proyecto de inversión y el enfoque que este tiene, los inconvenientes principales que se pueden presentar al aplicar el proyecto son los siguientes:

- La situación económica por la que atraviesa el país puede ser una amenaza para el proyecto.
- El consumidor no tiene la fidelidad de compra en arreglos florales.
- Existen sucesos naturales que pueden disminuir la cosecha de algunas de las flores, cuando se producen a campo abierto (lluvias, granizos, pesticidas, etc.)

- Dicho lo anterior, la variación inesperada del clima que afectaría tanto a la producción como al traslado de la mercadería.
- Las flores tienen un tiempo de vida corto.
- No contar con una variedad de flores todo el año incidiría en la demanda del producto.
- Dependencia de los proveedores de accesorios y de la materia prima.

1.2. ENTIDAD EJECUTORA DEL PROYECTO

Es importante conocer de manera breve los principales aspectos que caracterizan al presente proyecto de inversión, para lo cual a continuación se hace mención de las actividades a desarrollar.

1.2.1. ACTIVIDADES

La idea de la Florería FLORARTE surge de la necesidad de destacar en el mercado de las flores, implementando arreglos florales hechos exclusivamente de rosas y flores de colores (roja, rosa, blanca, amarilla y anaranjada, etc), con diseños ideales para el hogar, ocasiones especiales como aniversarios, cumpleaños, despedidas, bodas, bienvenidas, un sinnúmero de actividades que se pueden acompañar con un buen objeto decorativo, siendo atractivos para cualquier miembro de la sociedad ya que habrá diversos modelos para cada gusto.

El objetivo que se tiene es desarrollar un proyecto de inversión que incentive las capacidades del personal y posicione al negocio en el largo plazo, ofreciendo a los clientes el mejor servicio y calidad mediante los más naturales, frescos, modernos e innovadores arreglos florales; permanecer en su mente por largo tiempo, y cuando se trate de elegir una florería para conseguir un detalle especial, se inicie con FLORARTE.

1.3. NECESIDADES A SATISFACER CON EL PROYECTO

El propósito de este negocio es ofrecer a la gente que trabaja, a la sociedad en general, a aquellos que tienen su tiempo medido a la búsqueda de un presente, una variedad de arreglos florales como un regalo símbolo de cariño hacia un amigo(a), pariente, para una ocasión especial, eventos, e inclusive a la persona que se va.

Además de brindar este servicio que es uno de los objetivos perseguidos, se enfocará en entregar el mejor trato al cliente, las más lindas y vivas flores, calidad inigualable, atención directa, y por último y no el menos importante el mejor precio.

La presentación de esta empresa será al público en general (adultos, jóvenes, empresas privadas), en un lugar estratégico para ofrecer las más hermosas flores convertidas en un símbolo de elegancia, amistad, y compañerismo.

Este plan es una idea existente en la mente de muchos emprendedores, el fin es prestar servicios que ya se tienen en el mercado, más se enfocará en aspectos que demuestran el interés de FLORARTE en cada cliente y son: la atención personalizada, la calidad, la entrega del producto, la accesibilidad a la compra de los mismos, la personalización del producto, etc.

La meta es satisfacer las necesidades de decoración floral en Pichucalco, Chiapas, entregando los mejores productos, al mejor precio y de excelente calidad con flores y accesorios de temporada.

1.3.1. PRODUCTOS Y SERVICIOS A OFRECER

La empresa FLORARTE ofrecerá arreglos florales naturales, en diferentes presentaciones, en función a las necesidades del cliente.

Inicialmente se contará con un catálogo dividido en tres secciones con diferentes variedades que muestren la diversidad de flores y estilos (Rosa, Clavel, Crisantemo, Gerbera, Girasol, Gladiola, Margarita, Nube, entre muchas otras). Cada sección se diferencia por el tamaño de los arreglos, contando cada una con siete tipos diferentes de arreglos.

La empresa prestará un servicio diferente y se dirigirá a todas las personas y empresas que se interesan en la adquisición de este tipo de obsequios. Cada una de ellas que desee el servicio a domicilio ofrecido por FLORARTE serán consideradas clientes potenciales. Por lo anterior, y con el ánimo de un servicio sin igual se ofrecerán los siguientes productos y servicios:

- Diseño y elaboración de ramos.
- Diseño y elaboración de arreglos florales.

En cuanto a la elaboración de los arreglos florales se tendrán tres tamaños de arreglos que consisten en:

Grandes

- ✚ Más de 18 flores (a elegir), y accesorios.
- ✚ Arreglos florales para funerales (corona de flores)

Medianos

- Más de una docena hasta 18 flores (a elegir), y accesorios.

Pequeños

- De 6 a una docena de flores (a elegir), y accesorios.

También se tendrá la opción de tamaños personalizados o en ramos para poder adaptarnos al presupuesto del cliente.

Otros servicios son:

- Diseño y elaboración de arreglos florales con complementos como frutas, chocolates, globos, muñecos de peluche, etc.
- Entrega en el lugar de trabajo o en el que el cliente decida (entrega a domicilio).
- Se programará la creación de una página en redes sociales para dar a conocer el servicio y producto ofrecidos por FLORARTE.
- Se ofrecerá un servicio recordatorio que permita al cliente estar pendiente de las fechas importantes en las que guste regalar flores, se considera esta actividad para el segundo año.
- Se complementará con un servicio de atención al cliente eficaz que responda a las consultas y sugerencias de los consumidores.
- Sugerencias de mensajes, de acuerdo a la ocasión.
- Servicio de arreglos para eventos sociales, bodas, cumpleaños, bautizos, graduaciones, etc.



Figura 1. Diseño de algunos arreglos realizados en FLORARTE.

1.3.2. OBJETIVOS

1.3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer una florería y comercializar arreglos florales para diversas ocasiones y eventos sociales mejorando el servicio que se ofrece actualmente en Pichucalco, Chiapas.

1.3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Llegar a toda persona económicamente activa y a empresas a través del mejor servicio de elaboración de arreglos florales personalizados.
- Obtener ingresos por comercializar arreglos florales para ocasiones especiales y eventos sociales como bodas, quince años, bautizos, etc.
- Generar un posicionamiento de la florería en el mercado local de Pichucalco, Chiapas.
- Brindar un servicio de entrega puntual, cumpliendo en tiempo y forma con los compromisos adquiridos.
- Innovar de manera constante en los productos ofrecidos con accesorios y materiales que día a día van mejorando.

1.3.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Las flores desde la antigüedad y hasta nuestros días, han tenido la enorme capacidad de transmitir diversos mensajes para quien las otorga y para quien las recibe, están continuamente cerca de cada uno de nosotros para comunicarnos alegría, amor, olvido, consuelo, perdón, pasión, paz, etc.; siempre hay alguna razón para obsequiarlas.

Las flores se venden durante todo el año, ya sea para un cumpleaños, una boda, un bautizo, una graduación, aniversarios, felicitaciones, hasta un funeral; pero en fechas como el 14 de febrero o el 10 de mayo, días que son en verdad muy especiales, es cuando su demanda aumenta, siendo las rosas y flores de colores una gran opción a la hora de elegir un detalle de este tipo.

Ante esto, el presente proyecto de inversión surge de la necesidad de innovar con una idea diferente como lo es una florería especializada en el uso exclusivo de rosas en diversos colores, con arreglos modernos que sean atractivos para jóvenes y adultos; será un producto novedoso debido al toque llamativo y divertido que se pretende imprimir en cada arreglo.

1.3.3.1. APORTES SOCIALES

Como bien se mencionó anteriormente, las flores se han convertido en una relación permanente con la gente, son parte vital en sus vidas; permiten a través de la historia de la humanidad crear diferentes opciones de utilización haciendo que para las personas sea de gran satisfacción poder tanto sentir como expresar sus sentimientos.

Las flores han logrado alcanzar ser un símbolo de vital importancia en la vida de las personas, es así como en la actualidad a raíz de tantos beneficios que estas brindan, las sociedades modernas compran productos florales para distintos tipos de celebraciones y eventos sociales como lo son: día de los enamorados, día de la madre, cumpleaños, nacimientos, matrimonios, entre otros.

En el municipio de Pichucalco, Chiapas, actualmente solo se cuenta con una florería establecida, cuya variedad de arreglos es demasiado limitada, por lo tanto FLORARTE sería una opción de producto superior y con mayor versatilidad, y brindando un servicio personalizado.

Dicho lo anterior, el crear FLORARTE trae consigo muchos aportes para la sociedad de Pichucalco, ya que es una nueva opción de arreglos florales que pueden ser utilizados para todo tipo de obsequios y eventos, pero principalmente el poder crear “emociones florales” es lo que realmente importa, poder satisfacer de manera exitosa a todos los clientes.

1.3.3.2. APORTES ECONÓMICOS

De acuerdo con Domínguez, A. (2020) Chiapas es uno de los estados con gran potencial para el cultivo de flores ornamentales, por ello, la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural ha determinado su impulso.

Se tienen destinadas casi 254 hectáreas al cultivo de plantas y flores ornamentales, con la participación de productores que han encontrado en este sector un cambio de vida por la rentabilidad y generación de empleos. Los municipios donde se cultivan flores y plantas de ornato en Chiapas son Zinacantán, San Juan Chamula, Huixtán, Larráinzar, San Cristóbal de las Casas, Teopisca, Villa Las Rosas, Chenalhó, Tuxtla Chico, Tapachula, Acapetahua, Frontera Hidalgo y Huehuetán, entre otros.

Entre las especies que más se cultivan se encuentran el gladiolo, crisantemo, margarita, alcatraz, agapando, clavel, nube, gerbera, rosas, aster, espuma de mar, palillo, polaris, texano, bola de nieve, holandesa, leonora, solidazo, bayeta, ginger, heliconias, anthurio y follajes como palmas.

En especial, Zinacatán es el municipio que más produce plantas y flores ornamentales, ya que más de la mitad de su territorio está dedicado a la floricultura en invernaderos de especies como rosas, crisantemos y claveles.

Como bien mencioné, actualmente solo se cuenta con una florería establecida, por lo tanto al crear FLORARTE se estaría apoyando a los productores de flores locales y de municipios vecinos, sobre todo la población indígena que es la principal productora de flores ornamentales, ya que en ocasiones es necesario recurrir al municipio vecino de Tabasco para la compra de arreglos florales profesionales o con diseños personalizados, esto debido a que en el municipio se carece de esta opción de obsequios o presentes, o en su caso para la realización de un evento social no hay ningún negocio que pueda realizar dicha labor.

Gracias a la utilización que las personas le dan a las flores, el mercado se ve beneficiado con las grandes oportunidades que salen a la luz con la venta de estas; es así como se puede aprovechar el negocio de la venta de flores en la actualidad dando un valor agregado tanto al producto de venta de estas como el servicio que se presta; buscando respuestas en el mercado y dejando una satisfacción total en el cliente con la utilización de estas para que así las flores pasen de ser un simple gusto, a sentir que con ellas la expresión de sentimientos que pueden brindar es el mejor.

1.3.3.3. APORTES TECNOLÓGICOS

Si bien, son ciertas y escasas las florerías que disponen actualmente de materiales propios de avances tecnológicos, no lo es menos el hecho de que sus productos no la incorporen, la mayoría de ellos se fundamentan en la creatividad y correspondencia con el espíritu propio de los eventos o fines a los cuales son destinados, tal es el caso de FLORARTE.

La inclusión de nuevos elementos en los arreglos florales, estos se refieren a diversas variedades de flores originarias de la región y de municipios aledaños. En síntesis el desarrollo de las florerías en Pichucalco, Chiapas, se traduce más que en la aceptación de la iniciativa, creatividad y decoración, ya que el consumidor tiene una escasa cultura floral en cuanto a arreglos pues como bien se ha hecho hincapié, actualmente no hay un producto y servicio similar en el municipio.

II. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recopilación e interpretación de hechos y datos que sirven a la dirección de una empresa para la toma adecuada de decisiones y para establecer así una correcta política de mercado (Fischer, 1995).

El Estudio de Mercado ayuda a conocer en forma general cuáles son los alcances y limitaciones que enfrentará el establecimiento de la florería FLORARTE, con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial y el comportamiento de los clientes potenciales.

De acuerdo a los datos que se obtengan se elaborará una estrategia que contenga el mejor plan comercial para este establecimiento.

2.1. EL PRODUCTO

En palabras de Grande (2005), un producto es algo que se puede ofrecer al mercado para ser adquirido, usado o consumido, para satisfacer un deseo o una necesidad; incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

Según Kotler & Armstrong (2003) se distinguen cuatro categorías de productos:

- Bienes tangibles puros: las flores que no incorporan servicios.
- Bienes tangibles con algún servicio que los mejora: por ejemplo, florerías con servicio a domicilio. El objeto de la venta es el bien tangible, un arreglo floral, pero junto a él se ofrece la opción de enviarlo al lugar de destino, que es un servicio que lo mejora.
- Servicios acompañados de algunos bienes: como transporte aéreo que incluye almuerzo a bordo. El objeto de la venta es intangible, el transporte, pero junto a él se ofrecen alimentos, que son bienes tangibles.
- Servicios puros: como cuidado de niños, consultoría o conciertos, sin soporte tangible adicional.

El producto que ofrecerá la florería FLORARTE será un bien tangible con un servicio que lo mejora, ya que consiste en una variedad de arreglos florales hechos únicamente con flores naturales de múltiples variedades y de diferentes colores como rojas, blancas, rosas, amarillas y anaranjadas, adornados con follajes, con un servicio a domicilio si así lo prefiere el cliente.

Se considera tener tres tipos de ramos y arreglos que pueden tener su presentación en canasta o base de diferentes materiales, así como la elaboración de distintas figuras, letras, mensajes, cartas que el cliente desee:

- ✚ Pequeños (6 a 12 rosas/flores).
- ✚ Medianos (13 a 18 rosas/flores).
- ✚ Grandes (más de 18 rosas/flores).

Esta variedad de productos, a su vez se diferenciarán en forma, color, follaje y demás cualidades que le agregue el cliente.

Además la FLORARTE ofrecerá:

- ✚ Diseño y elaboración de ramos.
- ✚ Diseño y elaboración de arreglos florales con flores de diferentes colores y follaje con adornos y la base que el cliente desee.
- ✚ Entrega a domicilio.
- ✚ Pedidos vía telefónica.
- ✚ Contacto y pedidos vía Facebook e Instagram.
- ✚ Un ambiente agradable y confortable en cada visita.

Cabe mencionar que las flores a utilizar serán las producidas en Chiapas, tales como gladiolo, crisantemo, margarita, alcatraz, agapando, clavel, nube, gerbera, rosas, aster, espuma de mar, palillo, polaris, texano, bola de nieve, holandesa, leonora, solidazo, bayeta, ginger, heliconias, anthurio y follajes como palmas.

2.2. EL CLIENTE

Dentro de la planeación y puesta en marcha de este negocio, se contempla un estudio de mercado, a través del cual se dirigirá a la población que actualmente se encuentra ocupada en alguna actividad, la misma se enmarca dentro del grupo de Población Económicamente Activa, y se enfocará en un mercado más específico el de Pichucalco, Chiapas, entendiéndose como tal, un conjunto de colonias con un determinado número de personas ocupadas, dispuestas a destinar parte de sus ingresos a la compra de un presente de esta naturaleza.

A este grupo se entenderá como consumidores potenciales de los productos y servicios que FLORARTE ofrece, y así satisfacer sus necesidades. A partir de ello, se definirá el mercado, los productos y servicios y fundamentalmente el precio que se ofrecerá para cada uno de ellos.

El éxito de este tipo de negocio radica en enfocarse en el mercado objetivo, si bien este tipo de producto y servicio ofrecidos son de naturaleza ostentosa existen personas que gustan de este tipo de presentes y que destinan cierto importe de sus ingresos a la hora de comprar un arreglo floral sea cual sea su destino. Por esta razón se dirigirá a todo tipo de personas que se encuentran trabajando, cabe resaltar que este mercado no se constituye limitativo para la adquisición de este producto, por ello haremos el intento de dirigirnos también a las empresas e instituciones interesadas en la prestación de este servicio y producto diferenciado que personifica de manera resaltante cualquier símbolo que el cliente quiera regalar como algo nuevo y totalmente diferente.

El producto que ofrece FLORARTE, está dirigido a clientes con las siguientes características:

- Población que actualmente se encuentra ocupada en alguna actividad sea en dependencia laboral o por cuenta propia y que cuenten con ingresos.
- Empresas y otro tipo de negocios e instituciones que requieran del servicio y producto ofrecidos.
- Género: Hombres y Mujeres
- Ingresos: Todos los niveles.

2.2.1. EL PERFIL DEL CONSUMIDOR

Conforme a un estudio realizado por Becerril, I. (2015), los consumidores potenciales son personas jóvenes que van desde los 18 hasta los 35 años, en su mayoría son mujeres, sin embargo los hombres también representan una importante cantidad; este público está interesado en adquirir rosas por encima de las demás flores que se ofrecen; el color rojo es su favorito, seguido por las de color blanco.

De acuerdo con el mismo análisis realizado para una florería en México, Becerril, I. (2015) menciona que la mayoría de las personas estaría dispuesta a pagar en promedio \$300, dependiendo de lo que estén buscando, para ello buscan opciones en diferentes negocios para

comprar el detalle deseado y las adquieren en ocasiones especiales como cumpleaños, aniversarios, días festivos, etc.; la compra se efectúa cuando llegan estas ocasiones; días como el 14 de febrero o el 10 de mayo es cuando aumenta su popularidad.

La presentación preferida es en ramos tradicionales o en canastas adornadas de tamaño mediano, no obstante también hay personas que prefieren otro tipo de bases; además les agrada contar con un servicio a domicilio si se les llegara a ofrecer y estarían dispuestos a pagar un costo adicional.

La conclusión es que en los habitantes de Pichucalco, Chiapas, se encuentra una buena posibilidad de éxito, pues los estudios realizados demuestran que a las personas les gustan las rosas más que cualquier otra flor; los resultados obtenidos serán de gran interés para FLORARTE pues la elaboración de arreglos y el catálogo se hará tomando en cuenta los gustos y preferencias de los clientes.

2.2.2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Se hace referencia a las variables que fueron tomadas en los diferentes estudios realizados a florerías en México, como tal es el caso del realizado por Khan, L. (2014). Se mencionan a continuación las variables:

- La preferencia en el consumo de arreglos florales de bodas, XV años, arreglos de Iglesia, funerales, días de muerto, día de las madre, día del padre, cumpleaños, 14 de febrero y otras fechas importantes para los consumidores.
- La demanda de arreglos florales para diferentes eventos sociales, de los productos derivados de los viveros y productores locales y de municipios aledaños.
- El precio de los arreglos florales en los diferentes negocios que los ofertan.
- Los oferentes de arreglos florales.

2.3. LA DEMANDA

“El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien y/o servicio, así como determinar la posibilidad de participación de la creación de la empresa en la satisfacción de dicha demanda.” Baca, G. (1989).

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

2.3.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En este apartado se tiene por objeto señalar las características más importantes de los posibles consumidores a quienes va dirigida la florería; generalmente entre los clientes potenciales de una florería se encuentran personas comunes, tanto hombres como mujeres, adolescentes, gente de edad mayor, personas que desean tener un detalle especial, hacer una ofrenda a la iglesia, decorar algún establecimiento, el hogar, la tumba de un familiar, así como personas que se dedican a organizar eventos, entre otros; FLORARTE está pensado para satisfacer a cualquier tipo de consumidor.

En la actualidad según datos obtenidos por la PROFECO anteriormente la demanda de la flor incluyendo en fechas conmemorativas tales como el día de la madre y el día del padre, inclusive el día de San Valentín, la demanda era del 52% con una variación de 10%, debido a que se estilaba más regalar electrodomésticos, ropa o accesorios, actualmente es un 88% la demanda de flores, ya que han disminuido los rubros anteriormente mencionados.

Para Kotler & Armstrong (2003), la demanda de un producto se entiende como el deseo que se tiene de obtenerlo, pero que está respaldado por una capacidad de pago que tengan las personas. En un momento dado, podría no haber demanda, haber suficiente demanda, demanda irregular o demasiada demanda, y la gerencia debe encontrar formas de enfrentar todos esos comportamientos en FLORARTE.

Un punto importante en el análisis de la demanda es determinar si es elástica o inelástica respecto al precio. La demanda es elástica cuando pequeñas variaciones en el precio provocan

grandes variaciones en la cantidad demanda. Los bienes que, por el contrario, son poco sensibles al precio son los de demanda inelástica o rígida.

Los arreglos florales cuentan con una muy baja elasticidad, ya que al tratarse de un bien no necesario, las variaciones que pueda llegar a tener en su precio serán poco afectados en la cantidad demandada, pues a las personas poco les va a interesar que su precio baje o suba si ellos tienen una necesidad inmediata de adquirirlos.

Cabe destacar que la demanda en los arreglos florales tiene un comportamiento estacional. Existen ciertas épocas en el año en que incrementará la cantidad de rosas y flores vendidas, estas fechas son las siguientes:

- Día de San Valentín.
- Día de las Madres.
- Día de Muertos; por mencionar algunos.

En Chiapas, según lo menciona Tavera, A. (2020) el 14 de febrero representa una de las fechas de mayor venta para los comerciantes de flores, en donde las más solicitadas son las rosas, lilis, tulipanes, orquídeas y gerberas.

Es importante tener en cuenta la información anterior, para estar preparados ante estos incrementos de demanda y llevar a cabo un programa de producción adecuado.

De acuerdo con el estudio realizado por Khan, L. (2014) en donde se analizó la demanda específica de arreglos florales en México, se determinó lo siguiente:

- Existe una amplia disponibilidad por parte de la sociedad por adquirir arreglos florales para diferentes eventos sociales, con una preferencia por comprar rosas.
- Con relación a como se pueden vender los diferentes tipos de arreglos florales, la mayoría prefieren comprarlas en las florerías ya listas para la ocupación de la misma para la decoración y como segunda opción prefieren comprarlas en los supermercados por ramos para diferentes formas de ocuparlas.
- En caso de existir una florería que oferte todo tipo de arreglos florales para diferentes eventos sociales o compromisos, existirá un alto índice del consumo de sus productos.

- Los diferentes precios que el mercado está dispuesto a pagar por los productos ofertados son de \$ 300 a \$1000 pesos por un arreglo floral.
- Existe una alta aceptación de los consumidores de arreglos florales que se pretenden producir y ofertar.

2.4. LA OFERTA

La oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios.

El propósito del análisis de la oferta es determinar el comportamiento de cada producto o servicio en el mercado y las condiciones de precio, calidad que se requiere poner a disposición del mismo.

Según Kotler (2010), “la oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”.

La oferta es la cantidad de rosas en ramos, canastas, y demás presentaciones que la florería FLORARTE y los demás establecimientos ubicados alrededor pretenden ofrecer al público; el propósito que se persigue observando la oferta existente es el de determinar las cantidades y condiciones en que se pondrá a disposición del cliente.

En Pichucalco, Chiapas existe únicamente una florería principal, en la cual se comercializan arreglos florales con muy escasa variedad de diseños y ramos de flores, esta florería a su vez tiene un pequeño establecimiento en otra calle del municipio donde también se comercializan sus productos, pero su mayor competencia son las diversas florerías que se encuentran en los municipios colindantes con Pichucalco y en el vecino estado de Tabasco.

2.4.1. LOS COMPETIDORES EN EL MERCADO DEL PRODUCTO

Los competidores, es decir, las florerías que se encuentran ubicadas en el mismo municipio de Pichucalco, Chiapas donde FLORARTE pretende establecerse, que se dedican a la misma actividad, manejan un costo y diseño similar de una florería a otra, y como se mencionó anteriormente solo existe una florería formal en el municipio:

- La rosa del amor (Florería principal)
- Las rosas (punto de venta)

Ambos negocios se encuentran en el centro del municipio. Realmente, estas no representan una competencia para FLORARTE, en cuanto a tamaño, calidad de arreglos y materiales, servicio de entrega a domicilio, ya que carecen de estos criterios. El servicio que ellos brindan es de ramos y arreglos florales pero todo limitado a un mismo diseño y estructura.

Cabe mencionar, que la competencia directa solo en temporada de mayor demanda como lo son el 14 de febrero y 10 de mayo, tienden a incluir nuevos diseños pero exclusivamente para esa temporada, haciendo uso de canastas, tarjetas y otros accesorios para darle una mejor presentación a sus productos. Pero, es importante hacer hincapié que durante la mayor parte del año sus productos son limitados a presentaciones muy pobres y no dan opciones de personalización debido al limitado material con el que cuentan.

En esta florería, el costo de cada uno de los arreglos depende del tamaño del arreglo y de la base que se utilice (por lo general, todo el año ofrecen la misma base de plástico color blanca), de la cantidad de rosas que lleve, de los complementos que elija el comprador (cuando los hay), de los materiales que se ocupen y el tiempo que se dedique para su elaboración, pues existen clientes que aceptan comprar uno de los arreglos que ya se encuentran hechos y los clientes que prefieren diseñar algo de acuerdo a su gusto.

Al realizar una visita al negocio “La rosa del amor”, que es la única florería del municipio, se detectó lo siguiente:

- Excelente trato al cliente.
- Poca variedad de flores y arreglos.
- La calidad de las flores era no muy buena pues estaban maltratadas y algunas marchitas.
- El local es poco atractivo al cliente.
- El precio de sus arreglos es moderado (en promedio oscilan entre los \$100 y \$400).
- No estaban dispuestos a elaborar un arreglo con alguna forma específica, únicamente arreglos y ramos tradicionales.
- Lugar descuidado, con hojas tiradas al suelo y múltiples cubetas.

- Si un cliente solicita una personalización de arreglo, el material para su elaboración es limitado.

2.4.2. LOS COMPETIDORES EN LOS MERCADOS DE INSUMOS Y SERVICIOS RELACIONADOS

Un mercado de insumos facilita la compra y venta de factores de producción, como mano de obra, capital, tierra y materias primas que una empresa utiliza para fabricar un producto final. Un mercado de insumos es distinto del mercado de bienes y servicios, que es el mercado de productos o servicios terminados.

En el caso del mercado de insumos, es importante recalcar de la florería La rosa del amor, es también facilitador de la materia prima, pues en municipios vecinos como Juárez, Chiapas, esta florería es la que surte de flores y materiales a los establecimientos de este tipo en ese municipio.

Los presentes florales tanto en el ámbito decorativo como en el ámbito de los regalos, se enfrenta con otros productos en un mercado bastante competitivo, en el cual se invierten grandes sumas de dinero en estrategias de marketing y desarrollo de mercado. Por ejemplo, los chocolates, las joyas, los perfumes, entre otros, forman parte de la competencia indirecta que la industria de las flores debe enfrentar, aceptando que son buenos sustitutos frente a un presente de esta naturaleza y que se puede comprar en cualquier almacén y de forma rápida, sin embargo la diferencia radica en que algunos de ellos no tienen entrega puerta a puerta y que el cliente debe trasladarse lo que implica tiempo en su agenda personal.

Así mismo, uno de los principales servicios relacionados que se pueden considerar como competencia, se encuentran los vendedores de plantas ornamentales, estos comercializan una amplia variedad de plantas en macetas, listas para ser sembradas o para colocarlas en un lugar dentro del hogar, se pueden identificar los siguientes:

- Venta de plantas ornamentales “El suspiro”
- Almens

2.5. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Se entiende por mezcla comercial, a las herramientas de las que se dispone para cumplir con los objetivos de la florería. Son los esfuerzos en materia de mercadotecnia para acaparar una mayor clientela y así llegar al éxito de ventas.

Estos instrumentos del marketing pueden resumirse en las cuatro variables controlables del sistema comercial (las denominadas “4P”):

- ✚ Producto
- ✚ Precio
- ✚ Plaza
- ✚ Promoción

El objetivo de la planeación estratégica de marketing es diseñar el futuro deseado para FLORARTE, a corto plazo el éxito de la Florería depende directamente del uso del establecimiento y de cómo realizan sus finanzas, ya que para éste periodo estas decisiones son de vital importancia, porque si se hace un mal uso del material como desperdiciarlo, o tomarlo sin pagar, se estarían teniendo pérdidas; por otro lado, a largo plazo la supervivencia de la empresa dependerá de su reacción previsoras ante las adversidades del mercado, innovación y a veces la modificación total o parcial de su estructura sin dejar atrás la importancia de ofrecer calidad y originalidad al cliente.

Los resultados que se obtuvieron en la investigación de mercado, muestran que a los consumidores les agrada tener un punto de venta directo (un local establecido) como lo es una florería a la que pueda acudir siempre que lo desee, pues se les hace más cómodo poder ver con tranquilidad y detenimiento cada uno de los arreglos o en su caso el catálogo del mismo.

Se desea llevar las siguientes acciones o estrategias:

Producto

- ✚ Se imprimirán mensajes cortos e imágenes tarjetas personalizando el servicio y producto ofrecidos.
- ✚ Se elaborarán los arreglos con las flores más frescas, hermosas y sanas del mercado para ofrecer un producto de calidad.

- ✚ Se realizarán contrataciones con dos o tres proveedores de flores para evitar la dependencia con ellos y el fallo por alguno de ellos.
- ✚ Incluirá accesorios de material de calidad como moños plásticos, tarjetas para presentación, canastas de mimbre, cristales, vasijas, etc.
- ✚ Se elaborará un catálogo de arreglos para para que el cliente se apoye de una idea inicial al tomar su decisión o si lo prefiere, elegir exactamente un tipo de arreglo; esto con la única finalidad de que las personas puedan observar cuál será el producto final.

Precio

- ✚ La estrategia de precios estará de acuerdo al mercado actual, y los precios solo se modificarán cuando las variables directas a éste también lo hagan, pues se trata de productos valorados de acuerdo al movimiento de precios según la oferta y demanda en los distintos mercados, sin embargo se intentarán esfuerzos para ofrecer un precio que sea razonable durante todo el año.

Plaza

- ✚ Entrega sin recargo alguno dentro del radio del negocio.
- ✚ Brindar un servicio de entrega eficiente y en el menor tiempo posible.
- ✚ Entregas fuera de este radio serán cobrados con la tarifa vigente de un transporte público (Taxi).
- ✚ Se enfocará en la puntualidad y entrega del producto en las mejores condiciones.

Promoción

- ✚ Uno de los principales propósitos de la promoción es difundir información. Permitirles a los compradores potenciales enterarse de la existencia del producto, de su disponibilidad y de su precio.
- ✚ Entre los medios o canales que se utilizará en la publicidad para anunciar y dar a conocer a FLORARTE, se tienen las redes sociales de Facebook e Instagram, donde se tendrá una página de la tienda que muestre los trabajos reales realizados y puedan hacer sus pedidos también por esta vía.
- ✚ Se contará con un buzón de quejas y sugerencias para que el cliente pueda opinar lo que le parezca y de esta manera FLORARTE reciba retroalimentación continuamente.

- ✚ A lo largo del año se pueden realizar promociones o giveaway en las redes sociales para lograr una excelente interacción con los seguidores de la página.

2.6. MERCADO DE INSUMOS

Un insumo es aquello que se utiliza en el proceso productivo para la elaboración de un bien, se utiliza en una actividad que tiene como objetivo la obtención de un bien más complejo o diferente, tras haber sido sometido a una serie de técnicas determinadas.

2.6.1. ASPECTOS A TENER EN CUENTA

Los proveedores son un elemento vital para una empresa dentro del proceso comercial y generalmente no se les trata con la importancia que tienen; gracias a lo que ellos proporcionan se puede otorgar a los clientes el servicio o producto que ellos esperan.

Los proveedores son el principal sustento de todas y cada una de las empresas y negocios que se quieren crear, ya que independientemente de cuál sea la función a ejecutar, todas ellas deberán de obtener la "materia prima" suficiente para poder elaborar su trabajo de algún modo, ya que es muy complicado ser autosuficiente en absolutamente todos los campos que afectan a dicho sector. Ya sea en cuestión de distribución, montaje, implementación o creación de los útiles. Es por esto que se requiere de un proveedor inicial, quien se encargue de entregarte el producto inicial para que ya luego los trabajadores lo transformen en aquello que se quiere ofertar a los clientes, mejorándolo y personalizándolo. La importancia de una buena gestión empresarial comienza desde el proveedor.

Para una empresa es importante elegir bien los clientes con los que va a trabajar, pero también resulta fundamental saber escoger los proveedores que han de garantizarle el suministro de productos y servicios. Hacerlo mal, puede comprometer la propia capacidad de producción y venta de la empresa. Por lo tanto, se debe evaluar una serie de elementos clave:

- ✚ Que comercialice los productos o servicios que realmente se necesita.
- ✚ Localización.
- ✚ Relación calidad-pago.
- ✚ Condiciones de pago.
- ✚ Suministro.

- ✚ Volumen de venta.
- ✚ Servicio posventa.
- ✚ Trayectoria.

2.6.2. SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE INSUMOS

En México el mercado informal es uno de los más grandes mercados, el hecho de no formalizarse evita los pasos que se tienen que seguir y minimiza además las acciones que toman tiempo en cuestión de emprender en cualquier tipo de negocio. Lamentablemente, la mayoría de los proveedores de la materia prima de este negocio, está en este mercado, sin embargo se cuenta con al menos cinco de ellos con los cuales se puede negociar la provisión de flores que es su principal mercadería. Estas pequeñas empresas o proveedores visitan el municipio de Pichucalco, para la venta y distribución de las flores en sus distintas variedades, se hacen por lo general 3 veces a la semana a tempranas horas del día. Cabe mencionar que dichas flores son traídas desde municipios vecinos de Pichucalco, como Rincón Chamula, Jitotol, Bochil, etc. principalmente de municipios de los altos de Chiapas, los vendedores son personas pertenecientes a comunidades indígenas, cuya supervivencia depende de estos cultivos.

Para FLORARTE será necesario utilizar agua en abundancia para poder mantener las flores en buen estado y que no se maltraten; esto no generará ningún costo adicional ya que la Plaza en donde estará ubicado el local la proveerá en todo momento.

La electricidad también es importante para que funcione el local, pues necesita mantener funcionando diversos aparatos eléctricos como el ventilador, la computadora, impresora, y el teléfono; esto tampoco generará un costo adicional debido a que en la renta del local en Plaza San Rafael se incluye.

Otros de los principales proveedores de insumos, ubicados en Pichucalco, Chiapas, son:

- FRUCAO (Follajes, flores exóticas)
- Papelería Compucopias (material de papelería para tarjetas, listones, moños, etc.)
- Puerto madero (canastas, jarrones, cristalería, vasijas, etc.)
- Chacharilandia (materiales de plástico y accesorios para los arreglos).

2.7. PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO Y LOS INSUMOS

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio en términos monetarios, que el comprador debe pagar el goce y uso del producto. El precio de un producto se puede establecer por debajo o por encima de la competencia o ser igual.

El precio del producto se determina a través del costo de las materias primas, las remuneraciones para el personal ocupando, los costos y gastos indirectos y el margen de utilidad. Obteniendo el precio, y al final se evalúa respecto de los precios de la competencia y la situación de oportunidad (oferta-demanda).

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor final con los beneficios de tiempo y lugar. Ya que es la parte fundamental para el funcionamiento de una empresa. Se puede estar produciendo el mejor producto o servicio y al mejor precio. Pero si no cuenta con los medios para que lleguen al cliente en forma eficiente, esa empresa puede fracasar.

Analizando los precios que maneja la única florería en Pichucalco, dedicada a este mismo giro comercial, se puede observar que el precio más bajo que existe en el mercado es de acuerdo al arreglo floral y es de \$150.00 pesos al más elevado de \$400.00 pesos dependiendo de la flor a utilizar. Dando un margen para poder estar en competencia, en conclusión, los productos que se plantean en el presente proyecto son de mayor calidad y esto será notable en el diseño de los mismos, pues en el municipio será algo novedoso.

Costo de flores y follaje

Materia prima		Precio por paquete
24 rosas/flores		\$50- \$180
Follaje	12 tallos	\$15
	20-25 tallos	\$25
	72 tallos	\$35

NOTA: En temporada baja, cualquier color de rosa cuesta lo mismo y puede ser desde \$50; en temporada alta, las rosas rojas y blancas suben en promedio \$10 más que las de los demás colores. Los precios pueden variar en ese rango, dependiendo la fecha en la que se adquieran.

Costo de material

Materia prima	Precio unitario	Precio por docena
Base de cristal cuadrada o estrella	\$15	\$180
Base cristal redonda	\$30	\$380
Base de cristal alargada	\$65	\$750
Base de cerámica	\$30	\$370
Base de mimbre (canasta)	\$10	\$108
Espuma fenólica	\$265 (caja con 48 piezas)	
Espuma fenólica con formas (corazones, cruces, media luna, etc.)	\$230 - \$350 Paquete con 4 espumas.	
Piedras decorativas	\$6	\$78
Listones de colores/ alambres/ adornos	\$30	\$390
Rollo de malla decorativade colores	\$29	\$232
Cartulina iris de colores	\$6	\$100
Hojas opalinas	\$2	\$53 paquete

NOTA: Los precios son aproximados, depende el tamaño, forma, color, etc., de cada uno para determinar el costo exacto y están sujetos a cambio sin previo aviso.

III. LA ORGANIZACIÓN

Este estudio proporciona las herramientas que sirven de guía para administrar el proyecto ya que muestra los elementos administrativos y la organización que deberá tener FLORARTE para alcanzar sus objetivos.

La estructura organizacional de una empresa es la organización de cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros de una organización; es un sistema de roles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar en equipo, de forma óptima y alcanzar las metas propuestas en el plan estratégico y plan de empresa.

3.1. ESTRUCTURA LEGAL

En México, para que exista una empresa se debe poseer una personalidad jurídica propia. De acuerdo a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (2012), el derecho atribuye dos personalidades: física y moral; definidas como entidades a las que se les reconoce capacidad suficiente para contraer obligaciones, realizar actividades que generan plena responsabilidad jurídica frente a sí mismo y frente a terceros, derechos para adquirir y poseer bienes así como ejercitar acciones judiciales.

Las personas morales son también llamadas personas jurídicas colectivas, corresponde a un grupo de personas asociadas, formando una personalidad jurídica distinta a la de sus integrantes, para puntualizar, son entidades capaces de tener derechos y obligaciones.

Esta unión económica - social requiere constituirse ante la ley para que se le autorice la realización de su actividad comercial.

Las personas físicas corresponden al sujeto en lo individual, o sea, al hombre en cuanto tiene derechos y obligaciones.

La florería “FLORARTE” en su inicio de operaciones no estará constituida como una Sociedad Mercantil o Sociedad Civil. Tributará como Persona Física, bajo el Régimen de Incorporación Fiscal.

El marco legal de FLORARTE es importante para conocer y especificar los lineamientos básicos de su constitución, tomando en cuenta el giro y la actividad que desarrolla la empresa, ésta se encuentra dentro del giro del comercio al por menor de plantas y flores naturales, debido a la elaboración y comercialización de arreglos florales que tendrá.

3.1.1. ESQUEMA DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL A EMPLEAR

Las empresas o proyectos no nacen ni se estructuran por sí mismas. Antes de ponerlas en marcha, los directivos deben tener clara la forma en que ésta se organizará de cara a las tareas propias de su actividad comercial y el cumplimiento de sus objetivos. En función de esto, existen distintos tipos de organización empresarial.

Dicho esto, podemos afirmar que la organización empresarial consiste en poner en orden los recursos de la compañía. Aunado a ello, se procederá a establecer una serie de funciones que permitan alcanzar los objetivos propuestos.

Dado que la organización de empresas es muy compleja y deben responder a muchas tareas distintas, para alcanzar las metas que se propongan es necesario establecer una estructura para sistematizar los trabajos y los recursos de la organización. Esto se consigue a través de grupos de tareas que responden a una jerarquización que facilita la coordinación entre departamentos y la vuelve lo más sencilla y eficaz posible.

Así pues, en líneas generales podemos definir la organización empresarial como el orden de los recursos y las funciones necesarias para alcanzar los objetivos de una empresa.

En la organización empresarial se distinguen dos aspectos importantes:

- a) La selección de su forma jurídica para constituir la empresa que ha de llevar a cabo el proyecto.
- b) La organización técnica y administrativa de la empresa que ha de permitir operar y dirigir satisfactoriamente las actividades de la misma.

En el caso específico de FLORARTE y atendiendo a los tipos de organización empresarial, se tiene que:

Criterio	Tipo
Según la interacción de los miembros	Informal: la dinámica es más flexible. Las relaciones interpersonales y los comportamientos entre las personas resultan más abiertas. Se encuentran en constante proceso de evolución. Sus componentes suelen ser jóvenes creativos cuya actitud se regula en función de unos acuerdos generales.
Según el tipo de organigrama	Jerárquico: Consiste en la creación de pequeñas dependencias que son supervisadas por uno o varios cargos superiores; en éstos recae la toma de decisiones.
Según la forma jurídica	Negocio de un solo propietario: también denominado empresa individual o empresa unitaria (EU), como Persona Física.
Según el tamaño	Microempresa: compañía que dispone de menos de 10 trabajadores. Facturación reducida y dispone de un escaso desarrollo tecnológico.
Según el sector de la economía	Sector terciario: ofrece servicios en todo tipo. Su propósito es la producción de los servicios que demanda la población.
Según el origen del capital	Privada: el capital que recibe procede de individuos o entidades particulares, sin presencia de ayudas de los órganos públicos.

3.1.2. CONSTITUCIÓN Y LEGALIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Constitución legal del negocio

FLORARTE en su inicio de operaciones no estará constituida como una Sociedad Mercantil o Sociedad Civil. Tributará como Persona Física, en el régimen de Incorporación Fiscal.

Nombre del Propietario: Alejandra Mercedes Bastard Mazariego

RFC: BAMA950306U24

Régimen fiscal y obligaciones

Régimen Fiscal: Incorporación Fiscal

El régimen de constitución de esta empresa es como Persona Física, con la razón social Alejandra Mercedes Bastard Mazariego y el RFC. BAMA950306U24

El régimen en que se encuentra FLORARTE es de Incorporación Fiscal, el cual es apto para una tienda de abarrotes, carnicería, papelería, florería, tianguis, locatario de mercado, vendedor sin local fijo, taxista, plomero, herrero, carpintero, peluquero, entre otros.

Es un régimen que permite gozar de los beneficios de ser formal, emitir facturas e informar bimestralmente las ventas y gastos. Como se mencionó anteriormente, está dirigido para las personas físicas con actividades empresariales que obtengan ingresos de hasta dos millones de pesos anuales y realicen:

- Venta de bienes
- Prestación de servicios que no requieran título profesional
- Venta de productos por los que obtienes una comisión, siempre que no sea superior de 30% de los ingresos totales.

En el caso de las obligaciones son las siguientes:

- Declarar cada dos meses los ingresos derivados de las operaciones que haya tenido en el negocio.
- Emitir factura electrónica y registrar las operaciones: Se emite la factura electrónica por las ventas o prestación de servicios, en los casos siguientes: Individual, cuando la solicite el cliente; global, por las ventas o servicios con el público en general (puede ser de forma diaria, semanal, mensual o bimestral), de nómina, en caso de tener empleados, por los pagos de sueldos y salarios y retenciones que se realice por los mismos conceptos.
- Presentar declaración en Mis cuentas (Plataforma del SAT), que incluya el total de las operaciones que se haya tenido en el bimestre.
- Las declaraciones se presentan de manera bimestral; enero-febrero, durante marzo; marzo-abril, durante mayo, y así sucesivamente.
- Habilitar el Buzón Tributario.

Otras obligaciones que deben cumplir son:

- Presentar avisos para actualizar su situación fiscal.
- Entregar comprobantes a sus clientes
- Solicitar y conservar comprobantes
- Llevar contabilidad
- Realizar el pago correspondiente en caso que el resultado de tu declaración bimestral y/o anual así lo requiera.
- Actualizar los datos desde el portal de SAT cuando hay un cambio de domicilio, cambio en la actividad o si se requiere modificar la información contenida en el Registro Federal de Contribuyentes.

Cabe mencionar que solamente es una la persona física que está dada de alta en el SAT, pero de manera interna se hará un acta en la cual se especifique que son dos los socios de FLORARTE por lo tanto los aspectos financieros de la misma serán vistas por ambos.

Inscripción y registro al Régimen de Incorporación Fiscal

Para la constitución y legalización de FLORARTE se procede a su registro bajo el régimen determinado, el proceso puede realizarse por dos vías:

- Por Internet
 1. Tener a la mano la CURP, el domicilio del negocio y la actividad a realizar.
 2. Capturar la CURP y el domicilio del negocio.
 3. Indicar el tipo de ingreso señalando la opción “Tienes un negocio y eres: Régimen de incorporación fiscal, antes REPECO” e identificar la actividad económica.
 4. Revisar los datos del formulario de inscripción y si son correctos finalizar el trámite.
 5. Descargar e imprimir el acuse de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes (RFC) el cual contiene la cédula de identificación fiscal.

- De forma presencial
 1. Acudir ante las oficinas autorizadas de la Entidad Federativa que les corresponda de acuerdo al domicilio, o bien a cualquier oficina del SAT, previa cita.
 2. Llevar la siguiente documentación: CURP o acta de nacimiento, identificación oficial vigente (credencial para votar, cédula profesional, pasaporte, licencia para conducir, entre otras) y comprobante de domicilio donde se ubique el negocio (pago de servicios como agua, luz, teléfono, predial, entre otros).
 3. Realizar el trámite y obtener el acuse de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes (RFC) el cual contiene la Cédula de Identificación Fiscal (CIF).

Posteriormente se debe, generar la contraseña; ésta se considera una firma electrónica (e-firma) que sustituye la firma autógrafa y permite ingresar a los servicios electrónicos que se encuentran en el Portal del SAT.

Alguno de los beneficios del Régimen de Incorporación Fiscal son:

- No se paga ISR durante el primer año.
- No se paga IVA ni IEPS por las ventas o servicios con el público en general, si los ingresos no exceden de 300,000 pesos anuales.

- No estás obligado a expedir facturas electrónicas si el cliente no lo solicita por montos menores a 250 pesos.

3.2. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Los seres humanos crean organizaciones, sean públicas o privadas, para llevar a cabo actividades y conseguir resultados que no podrían realizar por sí solos. Cualquier organización, por muy pequeña que sea, cuenta con una estructura orgánica. La estructura administrativa es un esquema formal que representa las relaciones, las comunicaciones, los procesos de decisión y los procedimientos que articulan a un conjunto de personas, unidades, factores materiales y funciones, que están orientados a la consecución de unos objetivos determinados.

En realidad, la estructura administrativa de una organización refleja un propósito doble:

- En primer lugar, se realiza una división del trabajo, es decir, de las diferentes actividades que se han de llevar a cabo para conseguir los fines propuestos por la organización.
- En segundo lugar, se concreta la coordinación de esas mismas actividades.

En palabras más sencillas, la estructura administrativa implicaría el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas consiguiendo luego la coordinación entre las mismas.

De acuerdo a Morales & Morales (2009), cuando se inicia con un negocio, como es el caso con la florería FLORARTE, es necesario establecer una estructura organizacional completa en la que se establezcan las actividades necesarias de los empleados para poder alcanzar los objetivos de desarrollo pretendidos.

3.2.1. ORGANIGRAMA

El organigrama es un instrumento gráfico que permite observar la distribución de los puestos que comprende la organización en función de la jerarquía.

FLORARTE, requiere para su funcionamiento personas capacitadas para la elaboración de arreglos florales, además de capaces en el área administrativa; se considera que no se requiere de mucho personal para el establecimiento dado que no es muy grande, así que una sola persona puede realizar los arreglos florales y cuando se requiera, apoyarse de sus compañeros.

Será administrada por la única accionista, quien será la gerente general, esto a nivel ejecutivo, y como apoyo a nivel operativo se tendrán los siguientes puestos: un diseñador de arreglos florales (florista), un asistente/repartidor, que dependerán del gerente en forma directa.

Finalmente la parte contable la llevará un contador que será un servicio terciarizado. La cantidad de personas se incrementará en el mismo sentido que el negocio.

A continuación se presenta el organigrama establecido conforme a los requerimientos de personal y de responsabilidades.

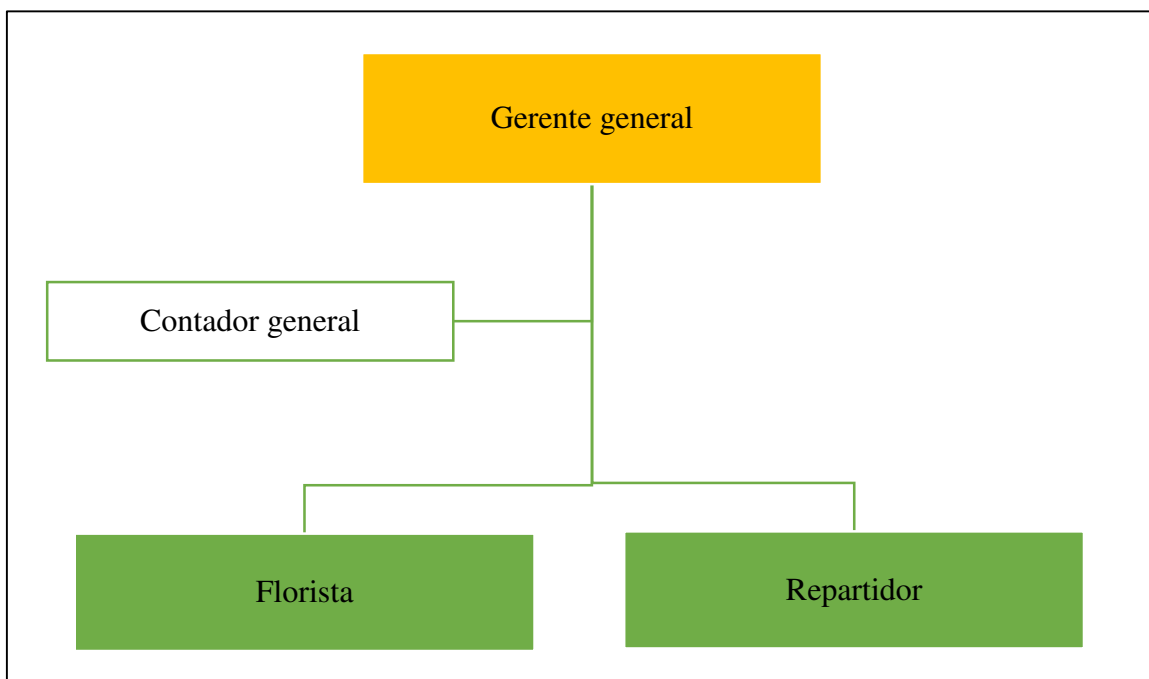


Figura 2. Organigrama de la florería FLORARTE.

La estructura organizacional de FLORARTE se irá modificando a medida que se abarque más segmentos del mercado, es decir, cuando la demanda vaya creciendo y sea necesario reestructurar el organigrama.

3.2.2. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

De acuerdo con el organigrama y los puestos que se tendrán en FLORARTE, las funciones generales son las siguientes:

Gerente general

1. Toma de decisiones y establecimiento de nuevas metas.
2. Girar indicaciones a los trabajadores.
3. Atender a los clientes.
4. Revisar junto con el florista los cortes de caja e inventarios.
5. Proponer objetivos y metas a alcanzar.
6. Encargarse de la difusión del local mediante la ayuda de la publicidad.
7. Asegurarse de que los arreglos lleguen al cliente en tiempo y forma.
8. Actividades relacionadas con el establecimiento.

Florista

1. Elaboración de arreglos florales con diversas temáticas o según lo pida el cliente
2. Limpieza de su área de trabajo
3. En colaboración con el gerente general, realizar inventario y corte de caja.
4. Tomar nota de los pedidos hechos por los clientes.
5. Actividades relacionadas con el establecimiento.

Repartidor

1. Encargarse de que los arreglos lleguen a su destino en el tiempo y la forma correctos.

3.2.3. ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL

Históricamente las organizaciones habían considerado al hombre como un “recurso humano”, entendiéndolo como un bien reemplazable o bien considerando al sujeto como una herramienta más en el proceso de producción.

Hoy en día la idea de “recurso” ha quedado en el pasado, siendo sustituida por el entendimiento de que las personas constituyen un elemento de competitividad indispensable para alcanzar el éxito de cualquier organización.

En este sentido, la Administración de Personal o también conocida como Administración del Talento Humano comprende al proceso administrativo dirigido al cumplimiento de los objetivos de una organización/empresa a través del esfuerzo humano coordinado.

En este punto es preciso mencionar que en FLORARTE, la Administración de Personal integra más allá del esfuerzo humano, abarcando factores como: conocimiento, experiencia, habilidades, destrezas, aptitudes y capacidades.

Debido a que la Administración de Personal tiene el poder de enriquecer o deteriorar los verdaderos recursos de las organizaciones, como lo son el dinero, instalaciones, maquinaria, etc., es fundamental garantizar el óptimo desempeño de los individuos, asegurando que valen lo que se les paga y que el pago que se les proporciona es lo que merecen. Sin embargo la importancia de la Administración de Personal no sólo reside en el factor económico, sino en todo el proceso administrativo al encargarse de planear, organizar, desarrollar, coordinar y controlar funciones como:

- Seleccionar al talento humano mejor capacitado para el desempeño de ciertas funciones sin comprometer el proceso productivo de la empresa.
- Promover y mantener un clima laboral adecuado con las condiciones necesarias para que el personal se sienta motivado a alcanzar sus objetivos individuales.
- Impulsar las capacidades y destrezas del talento humano para incrementar la eficiencia, la eficacia y la calidad del trabajo realizado.
- Lograr la satisfacción personal del conjunto de individuos que laboran en la empresa/organización.

En función de lo anterior, la Administración del Personal debe reconocerse como uno de los elementos base para el correcto funcionamiento de FLORARTE, para el aumento de la productividad y sobre todo para dirigir a la organización al cumplimiento de metas que le permitan gradualmente cumplir con los objetivos englobados en su visión y misión.

Dicho lo anterior, a continuación se presentan una serie de criterios a considerar dentro de la Administración del Personal.

3.2.3.1. REQUISITOS PARA OCUPAR LOS CARGOS Y FUNCIONES ESPECÍFICAS

El perfil del puesto, es el conjunto de características requeridas para el desempeño eficiente de las actividades de un puesto específico, de acuerdo a lo que se requiere en cada uno de los mismos, dentro del perfil del puesto se encuentran:

- Habilidades técnicas como florista;
- Preparación como administrador, economista, o afín;
- Experiencia laboral anterior en el ramo;
- Ser emprendedor, amable, honesto, responsable, contar con capacidad de análisis, toma de decisiones, trabajo en equipo, entre otros valores.

A continuación se presenta la descripción de los puestos:

- **GERENTE GENERAL**

Ubicación Física: Área administrativa

Subordinados:

- ✓ Florista
- ✓ Repartidor

Objetivo del puesto

Supervisará y guiará la realización de las funciones y gestiones necesarias y las políticas en las diferentes áreas tanto en las compras de la materia prima, en la producción de los arreglos florales como en la comercialización. La toma de decisiones en los asuntos que favorezcan el análisis y determinación de las operaciones de la empresa. Por medio de una administración eficiente lograr el mayor rendimiento del negocio.

Requisitos para el cargo

Licenciatura, pasante o carrera trunca (Lic. En Administración, Economía, o afín.). Es importante mencionar que este puesto será ocupado por el propietario de FLORARTE.

Descripción del puesto

Funciones específicas:

- Supervisar semanalmente que se lleve a cabo los programas de trabajo.
- Supervisar el status del proyecto.
- Análisis e interpretación de estados financieros.
- Elaborar un programa de pagos a proveedores.
- Mantener el correcto funcionamiento de la florería.
- Realizar estrategias para llevar a cabo todas las metas propuestas.
- Establecer y hacer cumplir las normas y políticas de la empresa.
- Delegar los puestos y responsabilidades del personal que laboraran en los diferentes puestos.
- Reducción de tiempos y costos en proceso de elaboración de arreglos florales.
- Elaborar estrategias de mercadeo y ventas.
- Relación con proveedores.
- Relación directa con el contador.
- Control de calidad a clientes
- Apoyo en el área de Producción y distribución cuando sea necesario.
- Pago a Proveedores
- Dirección de Promociones.
- Buscar y comprar productos nuevos.
- Innovación de los productos actuales.

- **CONTADOR**

Ubicación Física: Área administrativa (servicio terciarizado)

Subordinados: No tiene

Objetivo del puesto

Analizar la información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad en la empresa, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos.

Requisitos para el cargo

Título de Contador Público. Mínimo un año de experiencia en cargos similares.

Descripción del puesto

Funciones específicas:

- Organización de la información financiera.
- Almacenar gastos realizados por trabajos o costo de operación.
- Control de pagos a proveedores
- Examinar y analizar la información que contienen los documento que le sean asignados.
- Llevar el control de las cuentas por pagar.
- Llevar el control bancario de los ingresos de la empresa.
- Realizar una pequeña nomina para el pago de los empleados.
- Elaboración de Estados Financieros.
- Elaboración y pago de los impuestos correspondientes, realización de declaraciones.
- Papeleo y tramitación.
- Facturación a clientes.

- **FLORISTA**

Ubicación Física: Área operativa (de producción)

Subordinados: No tiene

Objetivo del puesto

Realizar eficientemente y con mucha estética el diseño de los arreglos florales.

Requisitos para el cargo

Contar con experiencia en elaboración de arreglos florales y nociones administrativas. Conocedor de flores y su mantenimiento. Mínimo un año en cargos similares.

Descripción del puesto

Funciones específicas:

- Elaborar los arreglos que se vayan encargando de acuerdo al orden de despacho.
- Elaboración de arreglos florales con diversas temáticas o según lo pida el cliente
- Mantener preparados diferentes bases para arreglos.
- Realizar inventarios de materiales y materia prima.
- Girar órdenes de compra de materiales
- Hacer diariamente la limpieza del área de producción.
- Colaborar en cualquier otra actividad que se le solicite.
- Llevar orden de los pedidos realizados.
- Atención a clientes en el establecimiento.

- **REPARTIDOR**

Ubicación Física: Área operativa

Subordinados: No tiene

Objetivo del puesto

Realizar eficientemente la entrega de los arreglos, en tiempo y con la atención que nuestros clientes se merecen. Colaborar con la mejora de nuestro servicio apoyando en cualquiera otra actividad que se le solicite.

Requisitos para el cargo

Mínimo un año de experiencia en cargos similares. Tener licencia de conducir. Mayor a 20 años.

Descripción del puesto

Funciones específicas:

- Llevar y entregar a domicilio los pedidos.
- Realizar los cobros para los pedidos a domicilio.
- Cuidar el vehículo proporcionado.
- Cuando haya tiempo libre se le asignará trabajo en el área de producción (como limpieza de área, armado de bases, atención en el establecimiento etc.)
- Llevar control del buen funcionamiento del vehículo.
- Colaborar en cualquier otra actividad que se le solicite.

3.2.3.2. RECLUTAMIENTO Y CONTRATACIÓN

Cuando hablamos de reclutamiento de personal nos estamos refiriendo al proceso de identificar y atraer a potenciales trabajadores a nuestra empresa. Unos candidatos que deberán adaptarse a las necesidades no solo del puesto, sino a los valores de FLORARTE y a la cultura organizacional en general.

Se trata de la fase previa a la selección, esta tiene su objetivo en encontrar a los postulantes de entre los cuales se seleccionarán los futuros empleados, e incluye todas aquellas acciones y recursos encaminados a la obtención de datos, la investigación, y al uso de fuentes que nos permitan obtener esa información. Tal es su importancia, que cuanto mejor sea el proceso de reclutamiento en Recursos Humanos, mejor será también el proceso de selección. Además, un buen reclutamiento de personal en una empresa permitirá:

- Obtener los mejores candidatos.
- Encontrar un mayor número de ellos.

PROCESO DE RECLUTAMIENTO EN FLORARTE

Fase 1: Antes del proceso de selección

Esta etapa comienza cuando se detecta la necesidad de contratar a un nuevo empleado/a. Que en este caso al iniciar el proyecto, es necesario buscar los empleados para cubrir los puestos. Esta fase incluye las siguientes actividades:

1. La definición de la necesidades de reclutamiento
2. La definición del perfil buscado
3. La redacción de la oferta de empleo
4. La elección de las fuentes de reclutamiento.

Fase 2: El proceso de selección

Una vez se ha establecido la estrategia de reclutamiento y selección, es el momento de ponerla en marcha, mediante las siguientes actividades:

1. Difusión de la oferta a través de distintos canales de reclutamiento (redes sociales, bolsas de empleo, portales de empleo, etc.)
2. Preselección de currículums/ solicitudes de empleo.
3. Realización de pruebas y entrevistas.
4. Selección del candidato/a.

Fase 3: Después del proceso de selección

Una vez seleccionado los candidatos ideales para ocupar el puesto, en esta fase se busca hay integrar el nuevo miembro al equipo. Para ello se contemplan las siguientes actividades:

1. Informar a los candidatos que hayan sido seleccionados.
2. Se procede a su contratación, mediante la firma de dicho documento (contrato por un mes). El contrato sería renovado de acuerdo al desempeño observado durante el primer mes.
3. Se inicia la inducción de personal y el proceso de onboarding.

3.2.3.3. REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

“REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DE LA FLORERIA FLORARTE”

CAPÍTULO I

ÁMBITO DE APLICACIÓN

- 1.- Están sujetos al presente Reglamento, todas las personas que desempeñen cualquier trabajo a favor de FLORARTE. En lo sucesivo “La Empresa”.
- 2.- El presente Reglamento es de observancia obligatoria tanto para La Empresa cómo para los trabajadores a su servicio incluyendo, desde luego, a todos los trabajadores que ingresen con posterioridad a la fecha de expedición del mismo.

CAPÍTULO II

ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL

- 3.- Los trabajadores se clasifican de acuerdo a la duración del contrato en:
 - Trabajadores permanentes: aquellos cuya relación de trabajo tiene carácter de tiempo indeterminado conforme al contrato individual de trabajo.
 - Trabajadores temporales: aquellos que han sido contratados para la ejecución de trabajos temporales o transitorios, ya sea por obra o tiempo determinado, considerando en este caso los contratos como terminados y sin responsabilidad para La Empresa, al modificarse o concluir los objetos que motivaron su celebración.

CAPÍTULO III

LUGAR Y TIEMPO DE TRABAJO

- 4.- Los trabajadores iniciarán y terminarán sus labores en los lugares que La Empresa designe y deberán atender a cualquier actividad conexas a su ocupación principal.

5.- Al iniciarse la jornada de trabajo diariamente, los trabajadores deberán firmar el control de asistencia con su respectiva hora de llegada y procederán a instalarse en sus lugares de trabajo.

6.- La jornada semanal de trabajo será de 56 horas tratándose de un turno laboral. El cual no excede las 8 horas diarias. EL horario que regirá en La Empresa será de 8:00 am hasta las 4:00 pm. El horario señalado puede ser modificado por La Empresa por necesidades de la misma, previo aviso de por lo menos 24 horas de anticipación.

Los trabajadores tendrán 1 hora para tomar sus alimentos y este se computará como parte de la jornada de trabajo.

7.- Los trabajadores, sin excepción alguna, deberán estar en sus lugares de trabajo e iniciar sus labores a la hora señalada en el artículo 6; sin embargo, se contará con una tolerancia de 15 minutos, pasado los cuales se considerará como retardo al inicio de labores.

8.- Cuando por necesidad justificada, sea necesario prolongar la jornada, las horas de trabajo extra se pagarán con el porcentaje establecido por la ley vigente.

9.- Los trabajadores ejecutaran su trabajo con intensidad, cuidado y esmero, apropiados y en la forma, tiempo y lugar convenientes; respetando en todo momento a los clientes del establecimiento. En caso de algún problema con un cliente, el trabajador dará aviso a su superior para que atienda el asunto.

CAPÍTULO IV

DIAS DE DESCANSO Y VACACIONES

10.- La Empresa concederá un día de descanso a la semana, por cada trabajador.

11.- La Empresa concederá los días de descanso y vacaciones de acuerdo a lo estipulado en la Ley Federal del Trabajo.

CAPÍTULO V

PERMISOS

12.- Los trabajadores están obligados a solicitar permisos para faltar a sus labores, por escrito y dirigido a su jefe inmediato.

13.- El trabajador que necesite retirarse de La Empresa dentro de su jornada de trabajo por enfermedad, razones personales o extraordinarias, deberá de solicitar el permiso de su jefe inmediato, quien le entregará la autorización correspondiente de así ser procedente.

CAPÍTULO VI

MEDIDAS DISCIPLINARIAS

14.- Las sanciones se aplicaran por faltas injustificadas o retardos injustificados en periodos de treinta días:

15.- El tiempo no laborado por retardos, se descontará del sueldo del trabajador.

16.- Se prohíbe el abandono injustificado del trabajo con anticipación a la hora de salida, y dependiendo de las consecuencias de su abandono en las actividades, podría dar como resultado una causal de rescisión, en caso de causar grave daño a La Empresa.

17.- El empleado que se presente a sus labores bajo los efectos del alcohol, de drogas o enervantes, no será admitido dentro de la instalación. El consumo de alcohol, de drogas o de enervantes dentro de las instalaciones, será causa de la separación inmediata del empleado a la empresa.

18.- Los empleados deberán presentarse a sus labores bañados y bien presentables, cuidar el aseo personal.

19.- Cada trabajador está obligado a mantener el área donde se desempeña en perfectas condiciones en cuanto a higiene, de igual forma al momento de hacer la entrega de turno deberá entregar el área completamente limpia.

20.- - Cualquier otra infracción a las disposiciones del presente Reglamento, será sancionada con las medidas de suspensión o destitución que la empresa considere conveniente.

3.2.3.4. ESTRUCTURA SALARIAL Y PRESTACIONAL

La estructura salarial de una empresa es el término que define la lista de los diferentes salarios que cobran los empleados de una empresa. Durante el diseño de esta estructura, es importante definir el mínimo y el máximo de cada puesto de trabajo, con el objetivo de mantener la igualdad salarial de toda la plantilla.

Existen varios criterios que se deben tener en cuenta a la hora de diseñar una estructura de sueldos y salarios de forma equitativa. Para crear una equidad interna y una jerarquía de salarios lógica, es pertinente considerar primero el sueldo de cada puesto individualmente, siguiendo una serie de criterios comunes.

En FLORARTE, se consideran los siguientes criterios para determinar la estructura salarial:

- Nivel de estudios o competencias
- Experiencia laboral
- Responsabilidades
- Esfuerzo (mental o físico)
- Condiciones de trabajo

De acuerdo con lo anterior y tomando en cuenta los salarios mínimos vigentes por la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos (CONASAMI) y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, se tiene que:

EMPLEADO/ PUESTO	SUELDO	
Gerente general	\$5500.00 mensual	Sueldo máximo
Florista	\$4800.00 mensual	
Repartidor	\$4200.00 mensual	Sueldo mínimo

Estos sueldos son considerados en base a los criterios anteriormente mencionados y tomando como base el salario mínimo vigente, el cual se encuentra en \$141.70 pesos diarios.

Así mismo, es importante mencionar que se incluye las prestaciones de ley básicas presentes en el contrato, de acuerdo a lo establecido por la Ley Federal del Trabajo:

- Aguinaldo
- Vacaciones
- Prima vacacional
- Prima dominical
- Día de descanso semanal
- Seguridad Social
- Pago de utilidades
- Licencia de maternidad
- Periodo de lactancia
- Licencia de adopción
- Licencia de paternidad
- Prima de antigüedad

IV. MARCO FINANCIERO

El marco financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará. Después de llevar a cabo el estudio de mercado, administrativo u organizacional; es necesario cuantificar el monto de la inversión que se requiere para poner en marcha el proyecto así como realizar el análisis de factibilidad que permitirá saber la viabilidad que tendrá FLORARTE.

En el estudio financiero se elabora la información que proporcionará datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos; etc. que determinan los flujos de efectivo que producirá el proyecto para determinar su evaluación.

Para realizar el estudio financiero se utilizara el programa de hoja de cálculo Excel.

4.1. LAS INVERSIONES DEL PROYECTO

Las Inversiones del Proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera Flujo de beneficios. Así mismo es una parte del ingreso disponible que se destina a la compra de bienes y/o servicios con la finalidad de incrementar el patrimonio de FLORARTE.

4.1.1. INVERSIÓN FIJA

Se refiere a todo tipo de activos cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

A continuación, se presenta una tabla que muestra la inversión fija contemplada para que FLORARTE pueda realizar e iniciar operaciones.

INVERSIÓN FIJA

EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Equipo de cómputo	1	\$ 10,470.69	\$ 10,470.69
Impresora	1	\$ 9,809.00	\$ 9,809.00
Motocicleta Italika	1	\$ 14,990.00	\$ 14,990.00
Escritorio	1	\$ 1,390.00	\$ 1,390.00
Mostradores	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Vitrina	1	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00
Baldes/cubetas	10	\$ 49.00	\$ 490.00
Sillas	3	\$ 250.00	\$ 750.00
Teléfono/móvil	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
		TOTAL	\$ 42,579.69

4.1.2. INVERSIÓN DIFERIDA

Las inversiones diferidas son todas aquellas inversiones que se realizan sobre los activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos por la empresa, que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Estas inversiones se realizan en bienes y servicio intangibles que son indispensables para FLORARTE, pero no intervienen directamente en la producción. Por ser intangibles, a diferencia de las inversiones fijas, están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo. De acuerdo con lo anterior, la inversión diferida es la siguiente:

INVERSIÓN DIFERIDA

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Pago por seguro IMSS	1	\$ 5,850.00	\$ 5,850.00
Gastos por registro SAT (visita a oficinas para registro)	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Gastos de publicidad	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Contrato de TELMEX	1	\$ 389.00	\$ 389.00
Decoración del local	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
		TOTAL	\$ 9,039.00

4.2. CAPITAL DE TRABAJO INICIAL

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento.

Dicho lo anterior, para FLORARTE, el capital de trabajo inicial constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal de proyecto durante un ciclo productivo. Este se encuentra integrado según lo muestra la siguiente tabla:

CAPITAL DE TRABAJO

<i>CONCEPTO</i>	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Materia prima	1	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
Sueldos	1	\$ 14,500.00	\$ 14,500.00
Renta	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Material de oficina	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Material de limpieza	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Efectivo para gastos adicionales	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
		TOTAL	\$ 31,300.00

4.2.1. INVERSIÓN TOTAL

La determinación del monto de inversión inicial requerida se calculó, en base a la inversión fija, diferida y al capital de trabajo, siendo éste el capital inicial con el que se iniciarán operaciones. El siguiente cuadro muestra la inversión inicial requerida para la puesta en marcha de la florería FLORARTE:

RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA

INVERSION FIJA	\$	42,579.69
INVERSION DIFERIDA	\$	9,039.00
CAPITAL DE TRABAJO	\$	31,300.00
TOTAL	\$	82,918.69

INVERSIÓN TOTAL DE LA FLORERIA FLORARTE

INVERSIÓN FIJA			
EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Equipo de cómputo	1	\$ 10,470.69	\$ 10,470.69
Impresora	1	\$ 9,809.00	\$ 9,809.00
Motocicleta Italika	1	\$ 14,990.00	\$ 14,990.00
Escritorio	1	\$ 1,390.00	\$ 1,390.00
Mostradores	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Vitrina	1	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00
Baldes/cubetas	10	\$ 49.00	\$ 490.00
Sillas	3	\$ 250.00	\$ 750.00
Teléfono/móvil	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
		TOTAL	\$ 42,579.69
INVERSIÓN DIFERIDA			
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Pago por seguro IMSS	1	\$ 5,850.00	\$ 5,850.00
Gastos por registro SAT (visita a oficinas para registro)	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Gastos de publicidad	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Contrato de TELMEX	1	\$ 389.00	\$ 389.00
Decoración del local	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
		TOTAL	\$ 9,039.00
CAPITAL DE TRABAJO			
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Materia prima	1	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
Sueldos	1	\$ 14,500.00	\$ 14,500.00
Renta	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Material de oficina	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Material de limpieza	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Efectivo para gastos adicionales	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
		TOTAL	\$ 31,300.00
<u>TOTAL DE LA INVERSIÓN</u>			\$ 82,918.69

4.2.2. CAPITAL DISPONIBLE

Como se pudo analizar anteriormente, para el inicio y puesta en marcha de FLORARTE, se requiere una inversión total de \$ 82,918.69, de los cuales, el propietario cuenta con un capital disponible de \$55,329.00. Dicho capital, sería utilizado para los siguientes gastos:

CAPITAL DISPONIBLE			
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Motocicleta Italika	1	\$ 14,990.00	\$ 14,990.00
Pago por seguro IMSS	1	\$ 5,850.00	\$ 5,850.00
Gastos por registro SAT (visita a oficinas para registro)	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Gastos de publicidad	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Contrato de TELMEX	1	\$ 389.00	\$ 389.00
Decoración del local	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Materia prima	1	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
Sueldos	1	\$ 14,500.00	\$ 14,500.00
Renta	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Material de oficina	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Material de limpieza	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Efectivo para gastos adicionales	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
		TOTAL	\$ 55,329.00

4.3. POLÍTICAS FINANCIERAS

La meta de FLORARTE es asegurar la solvencia financiera para garantizar la continuidad del negocio y su desarrollo en el marco de la estrategia, mediante la definición de la estructura financiera óptima, la utilización eficiente de los recursos y la gestión adecuada de los riesgos financieros.

El compromiso que se tiene es:

- Optimizar nuestra estructura financiera, definiendo los recursos financieros propios que lo componen.
- Orientar la gestión financiera hacia la optimización del resultado y la eficiencia en la utilización de nuestros recursos financieros, procurando:
- Asegurar la unidad de acción frente al mercado en nuestra propia actividad financiera, optimizando los costes de financiación y la rentabilidad de la liquidez, en el marco de una gestión prudente de los riesgos financieros;
- Apoyar al negocio en su actividad orientándolo en la utilización de los recursos financieros y del capital circulante y asesorándolo en la toma de decisiones de inversión o desinversión.
- Asegurar la coherencia y razonabilidad de los compromisos financieros asumidos por nosotros en cualquier contrato, con independencia de su naturaleza.
- Identificar y gestionar nuestros riesgos financieros dentro de los límites establecidos, de conformidad con la normativa interna y las mejores prácticas de mercado.
- Planificar nuestras necesidades financieras para anticipar el acceso a los mercados financieros en las mejores condiciones posibles y garantizar la disponibilidad de fondos necesaria, manteniendo el nivel óptimo de recursos líquidos.
- Informar de manera transparente de nuestra situación financiera y de los riesgos que puedan afectar a la misma.
- El personal a cargo de las ventas deberá estar capacitado para asesorar y atender los requerimientos e inquietudes de los clientes.
- Toda documentación que ingrese a la empresa deberá ser archivada por lo menos 5 años, con el objeto de mantener un orden y control permanente de todos los papeles que ingresen y salen de la florería.
- Las compras de materias primas se efectuarán cada tres días para evitar desperdicios, ya que las flores y follaje son productos perecibles.
- Los ingresos, egresos y demás movimientos financieros que se realicen en la empresa se registrarán a un sistema computarizado, con el objeto de mantener un control adecuado de las finanzas y tomar decisiones en base a los resultados.

- Los pagos a proveedores se realizarán únicamente los días viernes. A los proveedores de insumos y demás materiales se les solicitará las facturas una vez recibido la mercadería.
- Todo el dinero que ingrese a la floristería por la venta de los productos o arreglos florales deberá ser depositado diariamente en la cuenta por seguridad.
- Las declaraciones de impuestos, se realizarán dentro de los plazos y sin pasarse de las fechas límites.

4.4. FINANCIAMIENTO

Se entiende como financiamiento al mecanismo por medio del cual una empresa obtiene recursos para desarrollar el proyecto en cuestión.

Para poder llevar a cabo este proyecto se tiene una inversión total de \$ 82,918.69 que corresponde al 100%, del cual aportará el propietario del proyecto \$ 55,329.00, el cual representa un 66.72%, la otra parte será por financiamiento por la cantidad de \$ 27,589.69 que equivale al 33.28% de la inversión. Esto se puede observar en la siguiente tabla:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO FLORARTE

	PORCENTAJE	
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 82,918.69	100%
TOTAL DE APORTACIÓN	\$ 55,329.00	66.72%
TOTAL DE FINANCIAMIENTO	\$ 27,589.69	33.28%

El presente proyecto de inversión se financiará mediante un préstamo familiar que cubrirá en su totalidad el costo del proyecto.

De acuerdo con el monto obtenido por el financiamiento, se podrá cubrir los siguientes gastos:

FINANCIAMIENTO

<i>EQUIPO</i>	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Equipo de cómputo	1	\$ 10,470.69	\$ 10,470.69
Impresora	1	\$ 9,809.00	\$ 9,809.00
Escritorio	1	\$ 1,390.00	\$ 1,390.00
Mostradores	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Vitrina	1	\$ 1,480.00	\$ 1,480.00
Baldes/cubetas	10	\$ 49.00	\$ 490.00
Sillas	3	\$ 250.00	\$ 750.00
Teléfono/móvil	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
		TOTAL	\$ 27,589.69

V. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La evaluación es un punto clave en el desarrollo de cualquier proyecto, y tiene repercusión directa en el trabajo y la evolución de la empresa. Así, la metodología de trabajo que proponemos para todos los procesos que se den en FLORARTE tiene siempre cuatro pasos: Planificación, Actuación, Recolección de datos y, finalmente, la Evaluación que es, a su vez, el punto de partida para la siguiente planificación.

Hay dos razones fundamentales por las que es necesario evaluar: supone hacer un análisis de nuestra intervención y, por lo tanto, es un momento de reflexión que culmina el proceso de aprendizaje que es el desarrollo de nuestra actividad: evaluar nos lleva, en consecuencia, a mejorar y a progresar; y además, es un ejercicio de responsabilidad social y política.

El fin último de la evaluación es la mejora del trabajo de la empresa y de sus propuestas. La evaluación es útil y práctica, y ha de recoger toda la información pertinente. Si hablamos de un proyecto o un programa de actividades, en la evaluación hemos de tener en cuenta que habrá que evaluar los siguientes puntos:

- Grado de eficacia y eficiencia.
- Idoneidad, es decir, si nuestro proyecto se adecua a la realidad y a los objetivos.
- Cómo es el proceso de toma de decisiones.
- Análisis prospectivo de cómo deberían de ser las futuras actuaciones.

La evaluación, además, significa recoger y analizar sistemáticamente una información, que nos permita determinar el valor y/o mérito de lo que se hace. Pero no podemos olvidar que ante todo debe ser útil y práctica y ha de ser una actividad asumida en la entidad y con una periodicidad establecida. Cómo mínimo en FLORARTE se debe realizar una evaluación general al cierre de cada año que nos sirva de orientación y mejora para la planificación del siguiente. Lo aconsejable, de todos modos, es una evaluación general por trimestre. Además, todos los proyectos y programas deben ser evaluados independientemente de las evaluaciones generales.

Como bien sabemos, el éxito o fracaso de un proyecto depende, en gran medida, de su grado de evaluación, que no es otra cosa que la valoración de sus riesgos, gastos, beneficios, recursos y elementos. O dicho de otra manera, se trata de buscar la mejor alternativa de ejecución. Todo

proceso de evaluación implica situarse en escenarios inciertos. El objetivo es poner el proyecto en dichos escenarios y, a la vez, tratar de plantear los retos que ello implicaría para el cumplimiento de las metas iniciales. De este modo, los gestores del proyecto pueden introducir los cambios que mejoren la ejecución del mismo.

Dicho lo anterior, la evaluación del proyecto para FLORARTE representa múltiples beneficios entre los cuales se encuentran:

- Mejora la toma de decisiones, que puede hacerse efectiva tanto en la fase de planificación como en etapas posteriores o, incluso, al final del proyecto. Una buena evaluación proporciona información valiosa para introducir las propuestas convenientes.
- Identifica los principales riesgos, lo cual permite crear estrategias para aminorar los efectos de esos riesgos y seguir adelante con las tareas propuestas.
- Promueve un alto grado de organización conjunta, es decir, de todos aquellos que hacen parte del proyecto. Una evaluación eficaz promoverá la eficiencia y el grado de compromiso en los grupos de trabajo.
- Reduce los costos del proyecto, tanto los que estaban previstos en la fase inicial como aquellos que se derivan de fallos o errores.

A continuación se presentan una serie de rubros considerados dentro de la evaluación del proyecto FLORARTE.

5.1. GERENCIAMIENTO DEL PROYECTO

La Gerencia de proyectos, es la aplicación de herramientas, técnicas y conocimientos para cumplir las actividades de un proyecto, esto se logra bajo la aplicación e integración de los procesos de la dirección de proyectos, agrupados lógicamente en 5 grupos de procesos que son (Ver Figura 3):

1. Inicio.
2. Planeación.
3. Ejecución.
4. Monitoreo y Control.
5. Cierre.

Al asumir la gerencia de proyectos se deben tener en cuenta diferentes aspectos tanto del proyecto como del gerente de FLORARTE, la identificación de requisitos de tiempo, costo y alcance son factores correlacionados que si alguno de estos es modificado los otros serán afectados, es decir si se retrasa el proyecto en tiempo muy seguramente los factores de costo y de alcances serán ampliados o disminuidos en la medida de la afectación, el gerente del proyecto deberá entonces ser un líder para asegurar que ninguno de los factores sean afectados, este deberá tener en cuenta las diferentes opiniones de los interesados en el proyecto y buscar los posible riesgos por los cuales puede pasar al ejecutar dicho proyecto.

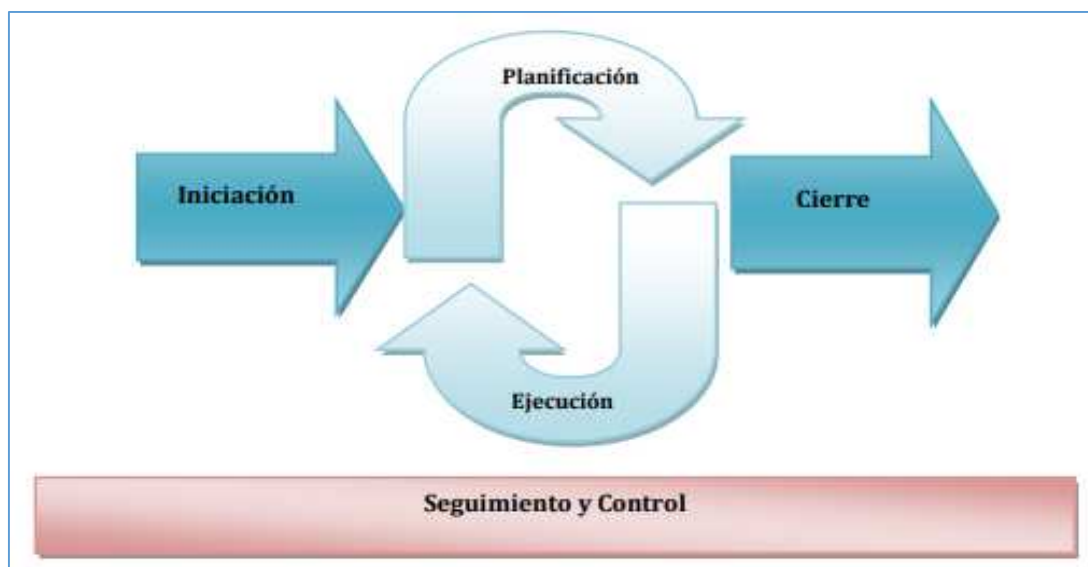


Figura 3. Grupos de procesos en la gerencia de proyectos.

Las áreas de conocimiento son: Gestión de la Integración, Gestión de Alcance, Gestión del Tiempo, Gestión del Costo, Gestión de la calidad, Gestión de los Recursos Humanos, Gestión de las Comunicaciones, Gestión del Riesgo, Gestión de la Adquisiciones, Gestión de los Interesados (Ver Figura 4).

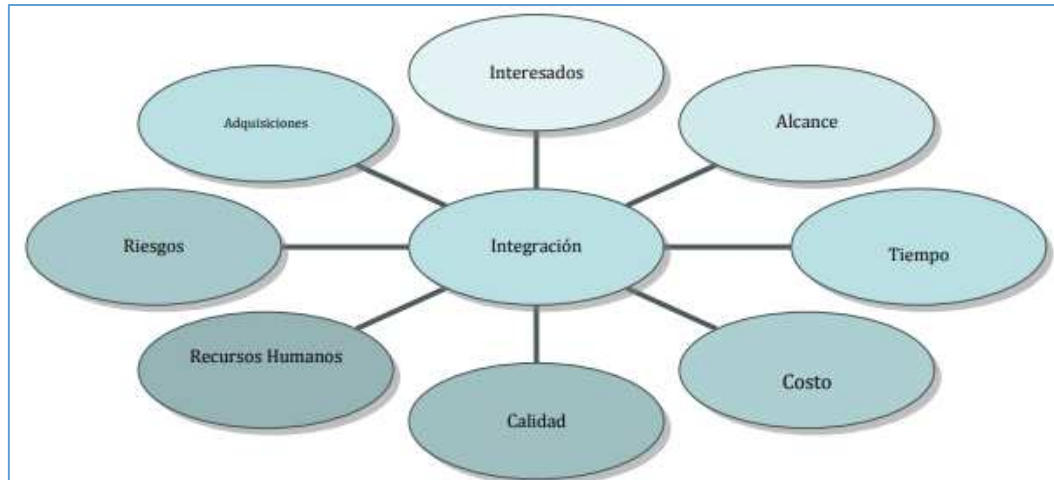


Figura 4. Áreas de conocimiento en la gerencia de proyectos.

5.1.1. FACTORES AMBIENTALES DE FLORARTE

“Los factores ambientales de la empresa hacen referencia a condiciones que no están bajo el control del equipo del proyecto y que influyen, restringen o dirigen el proyecto”. Éstos influyen positiva o negativamente en los proyectos y se deben considerar en la mayoría de los procesos de planificación.

En FLORARTE se incluyen los siguientes factores:

- La distribución geográfica de las materias primas.
- La infraestructura existente
- Los recursos humanos existentes
- La administración del personal
- Las condiciones del mercado
- La tolerancia al riesgo de los interesados (participantes del proyecto)
- Los factores climáticos
- Los canales de comunicación establecidos
- Los sistemas de información para la gerencia de proyectos

5.1.2. RELACIÓN DE LOS INTERESADOS

Los interesados son personas u organizaciones (por ejemplo, clientes, patrocinadores, la organización ejecutante o el público), que participan activamente en el proyecto, o cuyos intereses pueden verse afectados positiva o negativamente por la ejecución o terminación del proyecto. Los interesados también pueden ejercer influencia sobre el proyecto, los entregables y los miembros del equipo. El equipo de dirección del proyecto debe identificar tanto a los interesados internos como externos, con objeto de determinar los requisitos del proyecto y las expectativas de todas las partes involucradas.

Los interesados tienen diferentes niveles de responsabilidad y autoridad cuando participan en un proyecto y éstos pueden cambiar durante el ciclo de vida del mismo. Su responsabilidad y autoridad pueden variar desde una participación ocasional en encuestas y grupos de opinión, hasta el patrocinio total del proyecto, lo cual incluye proporcionar apoyo financiero y político. Los interesados pueden tener un impacto adverso en los objetivos del proyecto. La identificación de los interesados es un proceso continuo y puede resultar difícil.

Para los interesados, un proyecto puede tener resultados tanto positivos como negativos. Algunos interesados se benefician con el éxito de un proyecto, mientras que otros perciben resultados negativos como consecuencia del éxito del proyecto.

Algunos de los interesados en un proyecto pueden ser:

1. Cliente o usuarios
2. Patrocinador(sponsor)
3. Director de programa.
4. Director de proyecto.
5. Equipo del proyecto.
6. Gerente.
7. Vendedores.

A continuación, se muestra en la Figura 5 los interesados de FLORARTE y sus relaciones correspondientes:

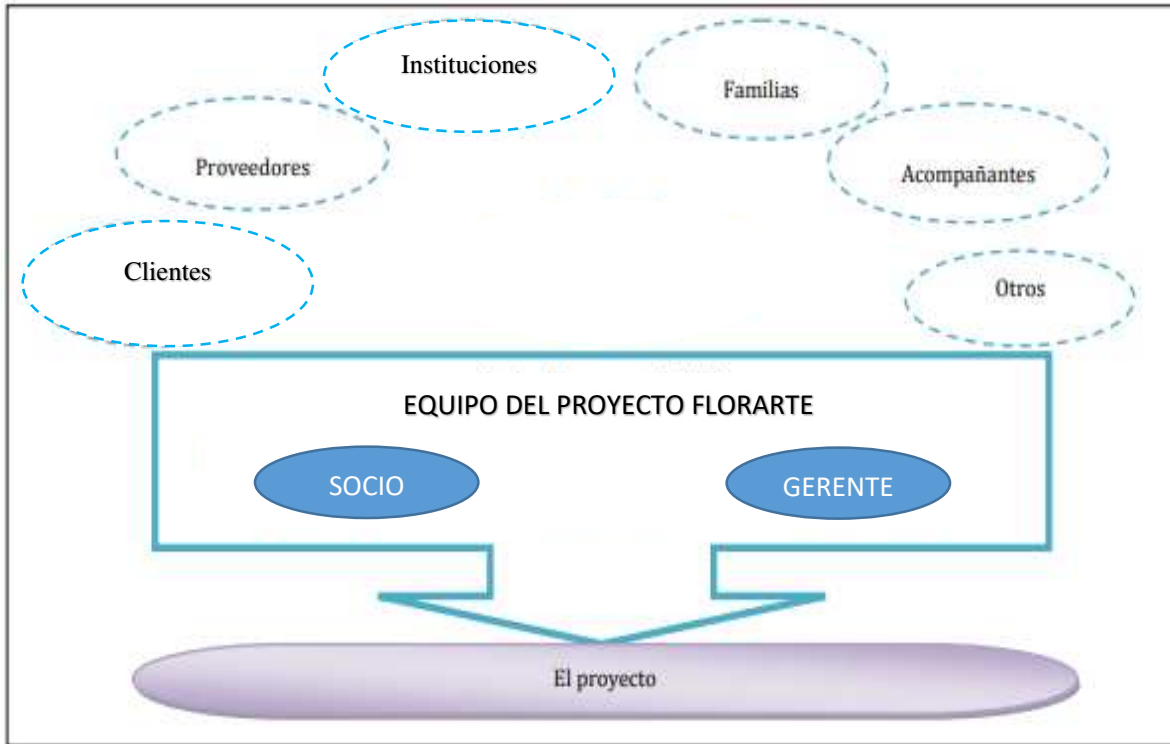


Figura 5. Relación con los interesados.

5.1.3. PROCESOS PARA LA GERENCIA DEL PROYECTO

La oficina de proyectos debe aplicar para el desarrollo de proyectos los conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas, normas vigentes para cumplir así con los requisitos establecidos de un proyecto.

Estableciendo un conjunto de acciones y actividades interrelacionadas realizadas para desarrollar un proyecto enmarcado en los objetivos de la empresa, expectativas de los colaboradores y necesidades de clientes de FLORARTE.

Para lo anterior se debe tener en cuenta:

- Seleccionar adecuadamente al personal involucrado para alcanzar los objetivos del proyecto.
- Definir los requerimientos para cumplir con los requisitos del producto y servicio a ofrecer.

- Definir los lineamientos para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, familias y acompañantes que visiten el establecimiento.
- Equilibrar lo relacionado en alcance, tiempo, costo y recursos para cumplir a satisfacción con el proyecto de FLORARTE.

5.1.3.1. DEFINICIÓN DE GRUPOS DE PROCESOS PARA LA GERENCIA DE PROYECTOS

- Grupo del proceso de Iniciación

Son los procesos realizados para definir el proyecto mediante la obtención de la autorización del inicio de este.

En este proceso se define el alcance y los recursos financieros iniciales, se identifican los interesados internos y externos que hacen parte del proyecto y ejercen alguna influencia en los resultados globales de este y se nombra el Gerente o Líder del Proyecto. La información anteriormente obtenida se plasma en el acta de constitución del proyecto y registro de interesados. Una vez firmada dicha acta queda oficialmente autorizado el proyecto.

La importancia de involucrar a los clientes e interesados en la fase de iniciación radica en contar con su participación para cumplir con las expectativas y necesidades, aporte en conocimiento y experiencia mejorando así el éxito y aceptación de los resultados del proyecto.

Los siguientes procesos hacen parte de este grupo:

- ✚ Desarrollar el Acta de Constitución del proyecto
- ✚ Identificar a los interesados

- Grupo del proceso de Planeación

Son los procesos realizados donde se establece el alcance, los objetivos, el establecimiento de las acciones necesarias para lograr los objetivos del proyecto.

Los componentes de la planificación son los que establecen el alcance total, definen y ajustan los objetivos y desarrollan los lineamientos requeridos para alcanzar dichos objetivos. Así

mismo en la planificación se desarrolla el plan para la dirección del proyecto y los documentos que se utilizarán para llevarlo a cabo.

La multidimensionalidad de la Gerencia de Proyectos genera constante realimentación que permite dinamismo en los análisis a medida que se recopilan y se comprende más detalladamente las características del proyecto haciendo necesaria fortalecer la planificación. Por tal razón si hay cambios importantes en el ciclo de vida del proyecto se haría necesario verificar los procesos de planificación y en algunas oportunidades los de iniciación, por lo tanto se debe verificar sí los cambios autorizados tienen un impacto en el plan de la Gerencia del proyecto. Se debe tener en cuenta que estas actualizaciones ayudan a precisar el cronograma, los costos y requisitos de recursos para el alcance definido.

En este grupo de procesos se debe estimular y fortalecer la participación de los interesados para realizar la planificación y el plan de gerencia de proyecto, debido a que los cambios deben culminar para iniciar la fase de ejecución.

Los siguientes procesos hacen parte de este grupo:

- ✚ Desarrollar el plan de Gerencia del proyecto
- ✚ Planear la gestión del alcance
- ✚ Recopilar requisitos
- ✚ Definir el alcance
- ✚ Crear la estructura del proyecto
- ✚ Planear la gestión del cronograma
- ✚ Definir las actividades
- ✚ Secuenciar actividades
- ✚ Estimar los recursos
- ✚ Estimar las duraciones
- ✚ Desarrollar el cronograma
- ✚ Planear la gestión del costo
- ✚ Estimar los costos
- ✚ Determinar el presupuesto
- ✚ Planear la gestión de la calidad

- ✚ Planear la gestión del recurso humano
 - ✚ Planear la gestión de comunicaciones
 - ✚ Planear la gestión de los riesgos
 - ✚ Realizar análisis cualitativo de los riesgos
 - ✚ Realizar análisis cuantitativos de los riesgos
 - ✚ Planear la respuesta a los riesgos
 - ✚ Planear las adquisiciones
 - ✚ Planear la gestión de interesados
- Grupo del proceso de Ejecución

Son los procesos realizados para desarrollar lo establecido como proyecto siguiendo los lineamientos de planeación con el fin de cumplir las especificaciones de este.

Este grupo está compuesto por los procesos definidos por el plan de Gerencia de proyecto con la finalidad de satisfacer los especificados en este. Este grupo de procesos se encarga de la coordinación de personas y recursos y de la integración, así como de llevar a cabo las actividades del proyecto según lo establecido en el plan de gerencia.

En el desarrollo de la ejecución del proyecto se pueden requerir actualizaciones de la planificación y esto puede establecer cambio en la línea base tales como, duraciones previstas en el desarrollo de las actividades, cambios en la disponibilidad y productividad de recursos y visualizar riesgos no anticipados. Lo anterior puede generar cambios en los documentos del proyecto, por ende requerir un análisis más detallado con respuestas que suplan estas necesidades. La Gerencia del proyecto debe asegurarse que dichos cambios sean aprobados y verificar si impactan el Plan de gerencia u otros documentos del proyecto.

Los siguientes procesos hacen parte de este grupo:

- ✚ Dirigir y manejar la dirección del proyecto
- ✚ Realizar aseguramiento de la calidad
- ✚ Adquirir el equipo del proyecto
- ✚ Desarrollar equipo de trabajo del proyecto

- ✚ Gerenciar el equipo de trabajo del proyecto
 - ✚ Gestionar las comunicaciones
 - ✚ Efectuar las adquisiciones
 - ✚ Gestionar la participación de los interesados
- Grupo del proceso de Seguimiento y Control

Son los procesos necesarios para dar seguimiento, análisis, cumplimiento y desempeño del proyecto e identificar, tramitar y autorizar los cambios requeridos.

Los componentes de este grupo son aquellos procesos requeridos para supervisar, analizar y regular el desarrollo y desempeño del proyecto, además identificar y dar inicio a los cambios que se requieran en el plan. Lo clave de este grupo de procesos se centra en el desempeño del proyecto observando y midiendo de forma sistemática y periódica con el fin de identificar variaciones al plan inicial, en este grupo se incluye también control de cambios y recomendación de acciones para anticipar posibles problemas, comparar las actividades con el plan de Gerencia y la línea base de ejecución y verificar que se lleve el control integrado de cambios asegurando que se implementen únicamente los aprobados.

El seguimiento constante permite identificar cuáles son las actividades que requieren una mayor atención. Este grupo de seguimiento y control ayuda a gestionar el esfuerzo mancomunado del equipo del proyecto.

Los siguientes procesos hacen parte de este grupo:

- ✚ Seguimiento y control del trabajo del proyecto
- ✚ Realizar control integrado de cambios
- ✚ Verificar el alcance
- ✚ Controlar el alcance
- ✚ Controlar el Cronograma
- ✚ Controlar los costos
- ✚ Realizar control de calidad
- ✚ Controlar las comunicaciones

- ✚ Seguir y controlar los riesgos
 - ✚ Administrar las adquisiciones
 - ✚ Controlar la participación de los interesados
- Grupo del proceso de Cierre

Son los procesos realizados para dar finalización a todas las actividades y dar formalizar el cierre del proyecto, para ser entregado a los departamentos involucrados.

Este se compone de los procesos que se deben realizar para finalizar las actividades incluidas en todos los grupos de proceso de la Gerencia de proyectos con el fin de formalizar la terminación el proyecto y las obligaciones contractuales derivados de este. En éste se verifica que los procesos definidos se hayan ejecutado en su totalidad en los grupos de procesos para cerrarlo según corresponda y establecer formalmente su finalización, dentro de éste se puede presentar las siguientes actividades:

- ✚ Recibir la satisfacción por el líder del proyecto
- ✚ Hacer la revisión de los procesos
- ✚ Documentar los impactos de adaptación en el desarrollo del proyecto
- ✚ Documentar las lecciones aprendidas
- ✚ Generar las actualizaciones apropiadas de los procesos
- ✚ Recopilar todos comentarios de los involucrados internos y externos
- ✚ Cerrar el proyecto
- ✚ Cerrar las adquisiciones

5.1.3.2. ÁREAS DEL CONOCIMIENTO

“Un área de conocimiento representa un conjunto completo de conceptos, términos y actividades que conforman un ámbito profesional, un ámbito de la Gerencia de Proyectos, un área de especialización”. Estas áreas de conocimiento se utilizan según las necesidades de los proyectos y se encuentran descritas a continuación:

ÁREAS DEL CONOCIMIENTO

Integración	Procesos referidos para coordinar adecuadamente todos los elementos del proyecto que se identifican, definen, combinan, unen y coordinan dentro de los grupos de la Gerencia del proyecto.
Alcance	Procesos necesarios para asegurarse que el proyecto incluya todo el trabajo requerido y solo el trabajo requerido, para completar el proyecto.
Tiempo	Agrupar los procesos que aseguran que el proyecto se ejecute a tiempo.
Costo	Procesos involucrados en la planificación, estimación, presupuesto y control de costos de forma que el proyecto se complete dentro del presupuesto aprobado.
Calidad	Son los procesos que permitirán asegurar que el proyecto va a satisfacer las necesidades de FLORARTE, para las cuales ha sido lanzado.
Recursos humanos	Procesos indispensables para lograr eficacia y eficiencia en el proyecto a través de la permanente motivación de las personas.
Comunicaciones	Son los procesos relacionados con la generación, recogida, distribución, almacenamiento y destino final de la información del proyecto en tiempo y forma.
Riesgos	Procesos que permiten maximizar la probabilidad y el impacto de eventos positivos y minimizar la probabilidad y el impacto de sucesos adversos a los objetivos del proyecto.
Adquisiciones	Procesos para comprar o adquirir productos, servicios o resultados, así como para contratar procesos de dirección.
Interesados	Procesos para identificar a las personas, grupos, instituciones, análisis de expectativas impactos y estrategias.

La siguiente tabla describe la relación entre los grupos de procesos y las áreas de conocimiento:

RELACIÓN ENTRE GRUPOS DE PROCESO Y ÁREAS DE CONOCIMIENTOS

ÁREAS DE CONOCIMIENTO	GRUPOS DE PROCESOS				
	INICIACION	PLANEACION	EJECUCION	SEGUIMIENTO Y CONTROL	CIERRE
	PROCESO	PROCESO	PROCESO	PROCESO	PROCESO
INTEGRACION	Desarrollar el Acta de Iniciación	Desarrollar el plan de Gestión del proyecto	Dirigir y gestionar la ejecución del proyecto	Monitorear y controlar el trabajo del proyecto	Cerrar el proyecto
				Realizar control integrado de cambios	
ALCANCE		Planear la gestión del alcance		Verificar el alcance Controlar el alcance	
		Recopilar requisitos			
		Definir alcance			
		Crear la estructura			
TIEMPO		Planear la gestión del cronograma		Controlar el cronograma	
		Definir las actividades			
		Secuenciar las actividades			
		Estimar los recursos			
		Estimar las duraciones			
		Desarrollar el cronograma			
COSTO		Planear la gestión del costo		Controlar los costos	
		Determinar el presupuesto			
CALIDAD		Planear la gestión de la Calidad	Realizar aseguramiento de calidad	Realizar control de calidad	
RECURSOS HUMANOS			Adquirir el equipo del proyecto		
			Desarrollar el equipo de		

			trabajo del proyecto		
			Gerenciar el equipo de trabajo del proyecto		
COMUNICACIONES		Planear la gestión de comunicaciones	Gestionar las comunicaciones	Controlar las comunicaciones	
RIESGOS		Planear la gestión del riesgo		Seguir y controlar los riesgos	
		Identificar los riesgos			
		Relocalizar análisis cualitativos de riesgos			
		Realizar análisis cuantitativo de riesgos			
		Planear la respuesta a los riesgo			
ADQUISICIONES		Planear las adquisiciones	Efectuar las adquisiciones	Administrar y controlar las adquisiciones	Cerrar las adquisiciones
INTERESADOS	Identificar interesados	Planear la Gestión de los interesados	Gestionar la participación de los interesados	Controlar la participación de los interesados	

Para el gerenciamiento de FLORARTE deberán considerarse seis elementos básicos:

1.-Gerenciamiento del proyecto, que abarca las actividades relacionadas con el proyecto en sus diferentes fases, que anteriormente fueron descritas, aunque es importante recordar que las actividades principales a desarrollar son las siguientes:

- ✚ Diseño y elaboración de ramos.
- ✚ Diseño y elaboración de arreglos florales.
- ✚ Diseño y elaboración de arreglos florales con complementos como frutas, chocolates, globos, muñecos de peluche, etc.
- ✚ Entrega en el lugar de trabajo o en el que el cliente decida (entrega a domicilio).

- ✚ Creación de una página en redes sociales para dar a conocer el servicio y producto ofrecidos por FLORARTE.
- ✚ Servicio recordatorio que permita al cliente estar pendiente de las fechas importantes en las que guste regalar flores, se considera esta actividad para el segundo año.
- ✚ Servicio de atención al cliente eficaz que responda a las consultas y sugerencias de los consumidores.
- ✚ Sugerencias de mensajes, de acuerdo a la ocasión.
- ✚ Servicio de arreglos para eventos sociales, bodas, cumpleaños, bautizos, graduaciones, etc.

2.- Diseño, que considera lo relativo a los documentos que conforman el expediente técnico del proyecto; en FLORARTE el personal encargado junto con el gerente general serán quienes diseñarán de qué manera quedará distribuido el establecimiento, para que dicho diseño sea adecuado y confortable para todos los clientes que visiten FLORARTE, además de que se pueda visualizar de una manera correcta los productos ofrecer, y que su estancia en el negocio sea lo más satisfactoria posible.

3.- Contrataciones, que consiste en el planeamiento y elaboración de los documentos contractuales; en el caso de las contrataciones el gerente general y el otro socio de FLORARTE, serán quienes recibirán la documentación de los interesados a ocupar las vacantes, serán quienes darán seguimiento al proceso de reclutamiento y selección, tal y como se especificó anteriormente, es importante hacer hincapié que se les harán entrevistas y pruebas para corroborar que son aptos y que cuentan con las habilidades para ocupar el puesto.

4.- Construcción, que es la ejecución física; como bien se ha comentado, FLORARTE se encontrará ubicado en uno de los locales ubicados en la Plaza San Rafael de Pichucalco, Chiapas, justo en el centro del municipio, por lo tanto no se realizará la construcción física del establecimiento, solo su diseño y adecuación a las características requeridas. Se contemplan las siguientes actividades:

- ✚ Pintado y diseño del local
- ✚ Limpieza total del establecimiento

- ✚ Distribución de mostradores y vitrinas
- ✚ Organización de materiales
- ✚ Organización de materias primas

5.- Administración de contratos, suscritos entre el propietario y contratistas; esta labor será ejecutada por el Gerente General de FLORARTE.

6.- Coordinación de construcción: al no haber una construcción se omite este elemento pero bien puede adecuarse a la coordinación del diseño y adecuación del establecimiento, ya que en este caso el Gerente General y el otro socio serán los encargados de coordinar las actividades en cuanto a este criterio.

5.2. PLAN DE EJECUCIÓN

El plan de ejecución del proyecto es el que establece como debe llevarse a cabo el proyecto, representando una línea base sobre la cual puede medirse el avance del mismo. El plan de ejecución, puede ser general o específico y puede estar compuesto por uno o más planes, dependiendo de la complejidad del proyecto o de las necesidades del equipo.

El plan de ejecución nace, entonces, de la unión de todos los planes generados en cada una de las áreas del conocimiento en la gerencia de proyectos. Se puede decir, entonces, que el plan de ejecución es el producto de la integración de los planes para gestionar el alcance, el tiempo, los costos, la calidad, el riesgo, los recursos humanos, las adquisiciones o compras y las comunicaciones.

En general, se considera que el Plan de Ejecución del Proyecto (PEP), es un documento importante que integra dentro del marco de la metodología, los procesos de la fase del proyecto a ser desarrollada. Es la herramienta que comprende los planes y metodologías de control necesarias para que el proyecto se complete de manera exitosa y se ejecute dentro de las metas de costo, tiempo y calidad. El PEP se elabora durante la fase de visualización y se va enriqueciendo durante las diferentes fases del proyecto con la información que se va generando a medida que éste progresa.

5.2.1. PLAN DE GESTION DEL ALCANCE

Es el plan en el cual se describen los alcances el proyecto y la estructura de trabajo, dicho lo cual en FLORARTE se tiene identificado estos dos criterios, y representan la base para poder verificar y controlar el alcance y los avances del proyecto cuando se esté en la fase de ejecución. Cabe mencionar que en la parte inicial del presente proyecto se hace mención de las actividades a realizar y su alcance, así también de la estructura organizacional.

5.2.2. PLAN DE GESTION DEL TIEMPO

Es el plan según el cual se controlará el tiempo de ejecución de cada producto y actividad del proyecto, intentando garantizar que cada uno de esos productos se ejecute “a tiempo”. Para desarrollar este plan en FLORARTE se necesita de:

- ✚ Definición de las actividades
- ✚ Secuencia de ejecución de las actividades o del proceso productivo
- ✚ Estimación de duración de las actividades (para lo cual se tiene contemplado un máximo de 30 minutos para la elaboración de una arreglo floral, a excepción que el cliente requiera una personalización muy minuciosa).
- ✚ Desarrollo del cronograma de ejecución o un diagrama que permita visualizar dichas actividades.

5.2.3. PLAN DE GESTION DE COSTOS

Conforma el plan según el cual se determinan todos los costos necesarios para la ejecución de las actividades que previamente fueron definidas en el Plan de gestión de alcance. Para la realización de este plan se deben estimar los costos y las cantidades de los recursos necesarios para cada actividad, incluyendo: recursos humanos, materiales, equipos, entre otros. Todo esto fue analizado en capítulos anteriores, dicho plan se realizó dentro del Marco Financiero de FLORARTE.

5.2.4. PLAN DE GESTION DE LA CALIDAD

El plan de gestión de la calidad de un proyecto debe manejar la perspectiva de la calidad en el trabajo y la calidad en los productos y servicios que genera FLORARTE. Un plan de gestión de

calidad incluye, entonces, los procesos necesarios para asegurar que el proyecto podrá satisfacer de manera exitosa todas las necesidades establecidas en el alcance:

- ✚ Planificación de la calidad: Identificar los estándares de calidad relevantes para el proyecto y cada uno de sus productos. Además de especificar cómo satisfacer dichos estándares. Como bien se hizo mención, en el municipio de Pichucalco, Chiapas, no existe una florería con los atributos de FLORARTE, por lo tanto la calidad ofrecida a los clientes será superior que la actual del mercado, y para asegurar la satisfacción de los mismos, se ofrece el plus de poder personalizar los arreglos, algo que hoy en día no pueden realizar en negocio de la competencia directa.
- ✚ Aseguramiento de la calidad: son actividades planificadas y que se deben realizar para asegurar que se cumplirán los requisitos de calidad de FLORARTE. Por lo tanto, se debe tener bien definido todo el proceso productivo para logra todo el aseguramiento de la calidad y por ende el personal debe tener completo conocimiento de dicho proceso.
- ✚ Control de la calidad: es el proceso según se supervisan los resultados del proyecto para determinar si se están cumpliendo con los estándares de calidad. Identificando las causas de no cumplimientos, en caso de errores o problemas que puedan presentarse en FLORARTE. Como tal, el encargado de este control es el Gerente General, pues estará verificando que la satisfacción del cliente sea la mejor y que los arreglos elaborados cumplan con las expectativas y requisitos solicitados. En caso de presentarse inconvenientes, se deberá dar seguimiento al arreglo para su modificación y así poder cumplir con lo solicitado.

5.2.5. PLAN DE GESTION DE RIESGOS

Este debe inicialmente, contar con la identificación de todos los posibles riesgos que puedan afectar el desarrollo y los resultados del proyecto, tanto de manera positiva como negativa. Luego se debe hacer una evaluación cualitativa de cada riesgo para poder identificar aquellos que tienen más probabilidades de ocurrir y mayor impacto sobre el proyecto. Finalmente, se establecen acciones que permitan, mitigar, eliminar o transferir las consecuencias de estos riesgos sobre el proyecto, identificando también, los recursos necesarios para llevar a cabo esas acciones.

Como tal, al inicio del proyecto se identificaron los principales inconvenientes que presenta FLORARTE, siendo parte de este plan de gestión de riesgos, ya que desde el planteamiento del proyecto de inversión se tiene conocimiento de las principales amenazas que pueden afectar su ejecución.

5.2.6. PLAN DE GESTION DE RECURSOS HUMANOS

Es el plan según el cual se conforma todo lo relativo al equipo humano que será responsable de la ejecución de las actividades del proyecto, definiendo roles y responsabilidades, estructura organizativa y el plan de gestión de personal, todo lo anterior ya se encuentra establecido para nuestro proyecto de inversión, en el apartado de Organización, se desarrollaron todos estos aspectos.

5.2.7. PLAN DE GESTION DE LAS COMUNICACIONES

El plan de gestión de comunicaciones debe determinar las necesidades de información de cada uno de los interesados o involucrados en el proyecto, así como también se debe determinar la información que debe ser suministrada a cada quien.

Como bien hemos mencionado, todo el personal de FLORARTE tendrá conocimiento del proceso productivo, lo cual es indispensable ya que esta es la información base que deben de tener para realizar las actividades cotidianas, así mismo será indispensable poner en práctica la atención al cliente para lo cual se les explicará cómo debe ser el trato al cliente, sobre todo cuando estos visiten el establecimiento y vía telefónica. Es importante hacer mención, que se contará con un speech para atender las llamadas recibidas.

5.2.8. PROCESO PRODUCTIVO

El cuidado de las flores cortadas empieza mucho antes que el florista entre en escena, e incluso en ocasiones antes que el cultivador haya plantado la semilla, con la ayuda de los avances científicos y tecnológicos, las mejoras, comienza en un laboratorio, es ahí donde la flor y el follaje es analizado para sus mejoras.

Como resultado de las extensas investigaciones científicas, realizadas principalmente los cultivadores saben el momento de cortar la flor. Si se cortan muy pronto, los botones no se

abrirán ni se desarrollarán; si se cortan muy tarde las flores pasaran pronto su mejor momento. Una vez recogidas muchas variedades de las flores son sometidas a un pre tratamiento para asegurarles un máximo de vida en el florero.

RECEPCIÓN DE LAS FLORES Y EL FOLLAJE EN LA FLORERÍA.

Los métodos de embalaje utilizados actualmente por los cultivadores y exportadores hacen que las flores lleguen en buenas condiciones a su destino, muchas flores son empacadas con agua o con humedad para el transporte, este es un excelente método ya que los tallos no se secan y tienen un suministro constante de agua y preservante.

Un buen embalaje protege las flores cuando recorren grandes distancias y asegura que llegaran a la florería en buenas condiciones, con mínimo daño.

PRESERVACIÓN DE FLORES CORTADAS

Si las flores cortadas ofrecen buena calidad a cambio de dinero, es importante darles el cuidado adecuado, como otros tipos de mercancía, se deben hacer ciertos preparativos de rutina para recibir cada pedido.

PREPARATIVOS

Es necesario separar un área donde se pueda apilar las cajas o los ramos, con un espacio suficientemente para poder acondicionar la mercancía. Disponer las cosas de manera que se pueda deshacer eficientemente de los desperdicios y de los empaques. Preparar los baldes/cubetas limpios con agua fría y colocar las flores cortada, así también deben tener las herramientas limpias.

REVISIÓN INICIAL

Cuando lleguen las flores a FLORARTE, es necesario realizar una rápida inspección visual para verificar si la mercadería concuerda con el orden. Se debe abrir los empaques con cuidado, colocando los materiales delicados encima, los paquetes de flores sueltos deben colocarse sobre la mesa de trabajo, nunca en el suelo.

Se debe desempacar y acondicionar cada material sistemáticamente aplicando el método adecuado para cada uno. Todas las flores deben ser revisadas, verificando que estén sanas y en buenas condiciones, así como también se debe verificar que esté libre de plagas, de tallos y flores rotas y de daños ocasionados por la temperatura.

Las flores y el follaje deben ser almacenados en un lugar fresco, es recomendable que cuando las flores son transportadas, se debe esperar entre cuatro a seis horas para que se hidraten.

ACONDICIONAMIENTO

El acondicionamiento es el tratamiento que se da a las flores cortadas y al follaje para mejorar la absorción de agua y para asegurar que la vida en el arreglo sea lo más larga posible.

El procedimiento es el siguiente: se debe retirar y cortar las hojas que puedan quedar en el tallo, cortar el tallo unos 2.5 cm del extremo del tallo e inmediatamente colocar en los baldes.

- Tipos de tallos.

Los materiales cortados presentan diversos tipos de tallos. Los floristas los dividen en blandos como (astromelias, gérberas, tulipán), firme como (crisantemo, clavel, helecho cuero), leñosos como (rosa romero. mirto).

- Prioridades en acondicionamiento.

Las flores llegan a las tiendas en ramos, cajas, y envolturas en papel celofán, reunidas y atadas. Se pueden dejar para el último las flores que vienen embaladas con agua, diversas especies de material cortado, ahora se transporta así para reducir los problemas inherentes al transporte de flores de poca duración, esto sucede en ciertos tipos de flor que se exporta.

Entre estas dos categorías hay otras que también requieren de tratamiento prioritario, flores delicadas y generalmente costosas como orquídeas, los lirios, las gérberas, y las rosas.

- Rotación de mercancías.

Una adecuada rotación es clave en la florería para que el desperdicio se reduzca al mínimo y las ganancias mejoren, además permiten que las flores para la venta estén siempre frescas.

Un factor importante es utilizar un lugar fresco o cuarto frío; también es necesario mantener separadas las flores nuevas y flores viejas y usar estas últimas primero.

ALMACENAMIENTO

- Refrigeración

Un buen florista debe hacer que sus flores duren el mayor tiempo posible en el arreglo. Para ello la preservación de estas se pueden retrasar mediante el uso razonable del cuarto frío o lugar fresco en las noches, los fines de semana y durante el acondicionamiento.

La circulación de aire es importante, pero la corriente de aire refrigerado debe ser suave para que la pérdida de agua sea baja.

- Temperatura.

Las exigencias de la temperatura varían de acuerdo a la especie de cada flor, en tanto en muchas flores como las rosas, crisantemos, los tulipanes se mantiene mejor a 2°C, otras como el clavel requiere el 8°C.

Los floristas han hallado aceptable una temperatura promedio de refrigeración de 6° a 8° C. hay que recordar que los anturios, las heliconias, las orquídeas, gérberas no requieren de refrigeración.

Tanto las flores almacenadas en cuarto frío, como las que se encuentran en un lugar fresco, necesitan mantener estable la temperatura; las fluctuaciones bruscas pueden provocar cambios de color en algunas especies. Las rosa rojas son particularmente sensibles a las variaciones a la temperatura.

ROTACIÓN DE MATERIA PRIMA

Es importante tener un sistema eficiente de rotación de la materia prima, para asegurar que siempre se incorporen flores frescas, en los arreglos florales y en los desperdicios se reduzca al mínimo posible.

Los materiales se usan en diseños de pésame, matrimonio, y en vitrinas de diferentes tamaños, y también se requiere flores que se desarrollen y duren en un periodo más largo.

Para mantener las flores en mejores condiciones, hay que cambiar el agua pasando un día, y deben revisarse todos los días.

En general no hay que mezclar diferentes tipos de flores en un solo recipiente, sino cada flor en su respectivo balde.

El cuidado de las flores no es un arte que pueda dominarse de la noche a la mañana. La experiencia con los tipos de flores y de follaje es fundamental para el éxito profesional del florista, así como el conocimiento de los procesos que tiene lugar cuando se corta una flor.

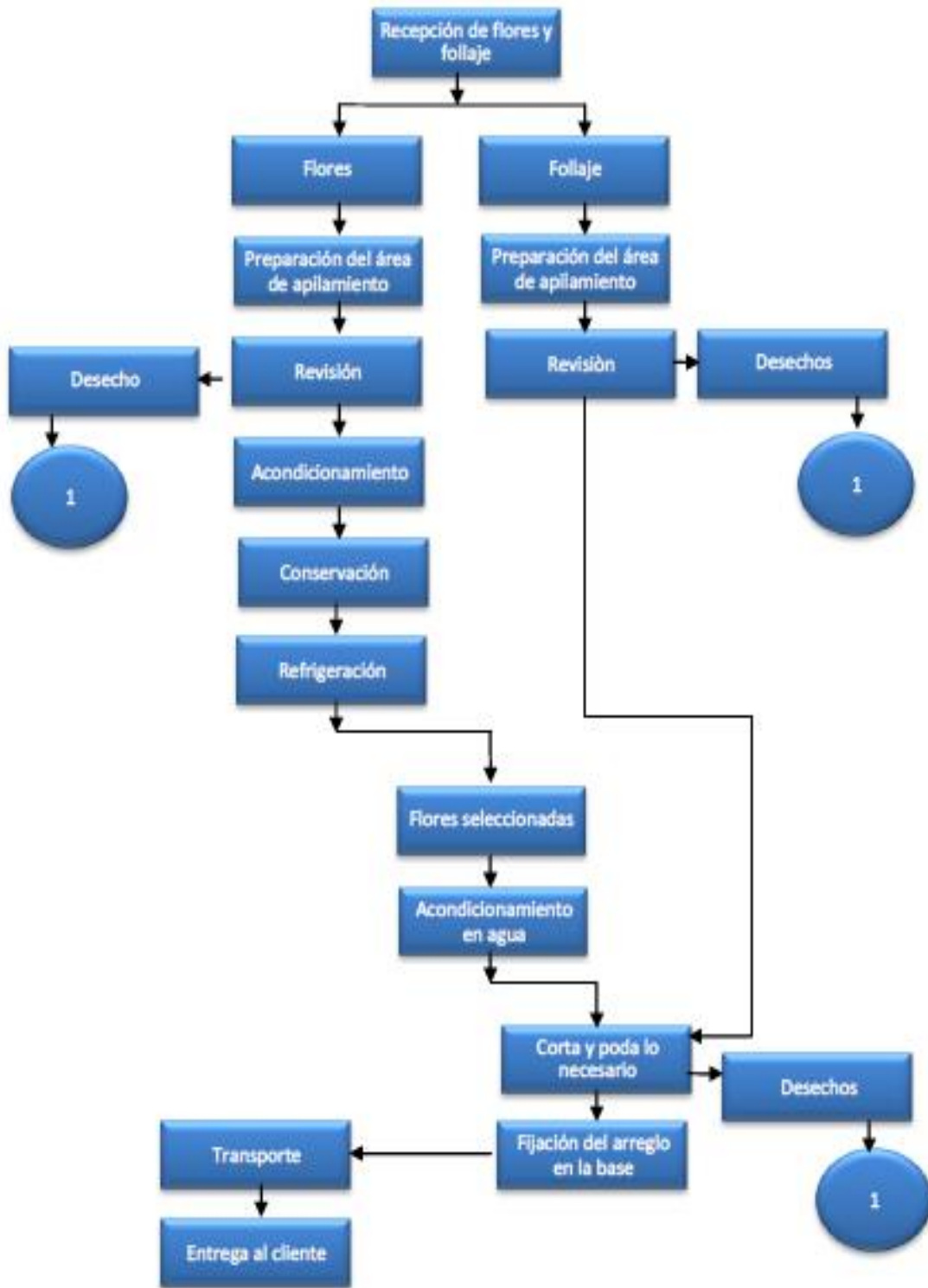
ELABORACIÓN DE ARREGLOS

En esta etapa se realizan los arreglos florales según las especificaciones y necesidades del cliente, cuya elaboración puede basarse en dos criterios:

- Diseño determinado en el catálogo
- Diseño personalizado por el cliente

En caso de requerirse o de ser solicitado por el cliente, se procederá a la entrega a domicilio.

FLUJOGRAMA DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN EN FLORARTE



5.3. EVALUACIÓN DE RESULTADOS

Como tal la evaluación de resultados, tiene por objetivo, extraer lecciones aprendidas, revelar información importante y formular recomendaciones para el proyecto ejecutado, permite obtener informaciones y analizar el cumplimiento de las propuestas para cada uno de los objetivos del proyecto. Así mismo, permite identificar la efectividad, la validez y la eficiencia del programa y sacar conclusiones y recomendaciones para futuros programas o proyectos.

La evaluación de resultados permite obtener informaciones y analizar el cumplimiento de las propuestas para cada uno de los objetivos específicos del programa en términos de su actividad, su eficacia y su eficiencia para obtener conclusiones que permitan retroalimentar la gestión del programa, además identificar, planificar y gestionar otros programas y proyectos. A través de la Evaluación de resultados se obtienen informaciones con relación a:

- Medida del cumplimiento de los objetivos específicos del programa o proyecto.
- Cumplimiento de los objetivos específicos del programa o proyecto considerando el tiempo y los costos previstos.
- Problemas o limitaciones que se presentaron en la ejecución del programa o proyecto que impidieron el logro de los objetivos en el tiempo previsto y con los costos estimados.
- Hechos o situaciones que se presentaron durante la ejecución del programa o proyecto que permitieron la superación de las metas o el logro de los objetivos específicos antes del tiempo programado y a un menor costo de lo previsto.
- Conclusiones o recomendaciones que se pueden identificar para: mejorar la planificación, la gestión del programa o proyecto, el diseño y ejecución de futuros programas o proyectos.

La elaboración de un proyecto de inversión sirve de gran ayuda como elemento de análisis ya que ofrece certidumbre respecto al entorno en el que se desarrollará.

El proyecto de la florería FLORARTE fue analizado a lo largo de cinco capítulos en los cuales se describió de manera precisa cómo funcionaría el local en su arranque de operaciones.

Todos los factores analizados en conjunto y por separado, indican que la idea de invertir en la florería FLORARTE es un buen negocio puesto que funciona con números satisfactorios, la demanda se mantiene a través del tiempo, no es un producto que este sujeto a cambios bruscos en el mercado, encontrar las materias primas para su elaboración no representa ninguna dificultad ni el manejo del negocio y sobre todo, es un producto en el que se tiene la oportunidad de innovar, pues dependiendo de las preferencias que se vayan observando, se puede diseñar acorde a los gustos y estar en constante retroalimentación.

Por lo tanto, dentro de la evaluación de los resultados obtenidos hasta el momento, se tiene que:

- Con base en lo analizado en la ejecución del proyecto de inversión de FLORARTE, podemos mencionar que el proyecto de a florería en Pichucalco, Chiapas, es un proyecto altamente aceptable en el mercado de ventas, debido a la alta calidad y desempeño, convirtiéndose en un rival para la competencia en la ciudad.
- Se pudo observar a grandes rasgos la aceptación de la florería FLORARTE, es de interés para la población de la ciudad según los datos analizados con respecto a la demanda.
- Para la elaboración se busca economizar en cuanto a costos y gastos, para poder ofrecer precios accesibles y ser más competitivos manteniendo la calidad en los productos.
- De acuerdo a los indicadores financieros se tiene facilidad de invertir en un proyecto, para crecer como empresa, alcanzar metas y objetivos, incrementar los ingresos y brindar oportunidades de trabajo.
- El plan de negocio es una herramienta imprescindible en el desarrollo de un nuevo proyecto; proporciona una visión clara de la viabilidad de la idea de negocio y la factibilidad de oportunidad de este, así mismo suministra la posibilidad de representar los posibles riesgos o beneficios que se puedan presentar.
- La realización del proyecto de inversión permitió reconocer que llevar a cabo cualquier tipo de negocio requiere de una planeación muy importante de diferentes áreas de trabajo como lo son: mercadeo, publicidad, logística y finanzas con el objetivo de plantear una metodología estructurada de acciones que lleven siempre a resultados exitosos.
- Se propuso un plan estratégico que incorpora la organización, los cuales fundamentaron una estrategia corporativa que le permita a la Florería FLORARTE plantear unos

objetivos claros medibles de operación para alcanzar su meta: “Ser la Florería de venta de arreglos de flores número uno en cada una de las personas del mercado objetivo”.

- El estudio de mercados permitió reconocer que las oportunidades del mercado están ligadas con la excelente calidad de los productos, las buenas asesorías y una localización estratégica acertada del local. Esto llevará a FLORARTE a poder entrar en el mercado y así ser competitivos siempre.
- De acuerdo a los procesos requeridos para el buen funcionamiento de la Florería, se determinaron elementos claves en cuanto a una magnífica infraestructura. De igual forma se plantearon los requerimientos necesarios respecto a producto y proveedores que garanticen mercancía adecuada al segmento y tipo de negocio.
- Después del desarrollo de cada análisis se pudo observar que el proyecto presenta viabilidad en todos los aspectos estudiados: mercadeo, técnico operativo, administrativo, legal, y financiero, pues no se presentan restricciones algunas de mercado, tecnológico, recurso humano, económico o legal que pueda afectar la prestación del servicio.

5.3.1. RECOMENDACIONES

Al término del proyecto se cree prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- ✚ Al establecer que el proyecto es factible se recomienda ponerlo en ejecución, dada su alta rentabilidad para los inversionistas y su importante aporte al desarrollo empresarial de Pichucalco, Chiapas.
- ✚ La implementación de esta empresa es de vital importancia, dado que además de contribuir con el desarrollo de las actividades empresariales, se estará contribuyendo a la generación de fuentes de trabajo.
- ✚ Contratar los servicios de medios de comunicación como son radio y periódicos para dar a conocer el producto en diferentes regiones del estado de Chiapas.
- ✚ Para poder aumentar la venta de los Arreglos Florales y estar siempre a la vanguardia es necesario proporcionar capacitación a los empleados en cuanto a procesos de producción.
- ✚ Es importante que cuando FLORARTE entre al mercado, establezca una ventaja competitiva y sobresalga por su buena atención e innovación en el sector.

- ✚ Se deben llevar tablas prácticas de la vida útil de cada una de las flores que se comercializa, para adoptar los procedimientos existentes y las recomendaciones prácticas, para alargar en lo posible el tiempo de duración de cada una de ellas.
- ✚ Es conveniente tener una base de datos de clientes actualizado para crear la necesidad de atenderlos con oportunidad y de la mejor manera.
- ✚ Los arreglos florales tendrán marca que se le presentará elegantemente a cada una de ellas, conjuntamente con un mini tríptico de recomendaciones para el mantenimiento del arreglo floral.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baca, G. (1989). *Evaluación de proyectos*, Ed. Mac, Graw Hill, pág. 17.
- Becerril, I. (2015). *PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA FLORERÍA ROSE HOUSE EN TOLUCA, MÉXICO*. UAEM. Recuperado de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/94373>
- Domínguez, A. (2020). *Floricultura, el gran potencial chiapaneco*. CUARTO PODER. Recuperado de <https://www.cuartopoder.mx/chiapas/floricultura-el-gran-potencial-chiapaneco/315946/>
- Grande, E., 2005. *Marketing de los Servicios*. 4a ed. Madrid: ESIC.
- Khan, L. (2014). *PROYECTO DE INVERSION DE UNA FLORERIA*. Instituto Tecnológico de la Zona Maya. Recuperado de http://www.itzonamaya.edu.mx/web_biblio/archivos/res_prof
- Kotler, P. & Armstrong , G., 2003. *Fundamentos de Marketing*. 6a ed. México: Pearson
- Morales, A. & Morales, J., 2009. *Proyectos de Inversión. Evaluacion y formulación*. 1a ed. México: Mc Graw Hill.
- Tavera, A. (2020). *Prevén aumento en la demanda de flores*. CUARTO PODER DE CHIAPAS. Recuperado de <https://www.cuartopoder.mx/chiapas/preven-aumento-en-la-demanda-de-flores/191607/>