

**“DISTRIBUCION DE LA FLOR DE HELICONIA EN LA CIUDAD DE
BARRANQUILLA”**



**CAROLA CAROLINA BONILLA TRESPALACIOS
LINDA JHOJARYS CÁCERES HERRERA
ELIZABETH GONZÁLEZ DIAZ
ADRIANA JOHANA LINERO JUNCO
KELLYS PÉREZ PAVA**

**UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
FACULTAD DE INGENIERÍA DE MERCADO
IX SEMESTRE NOCTURNO
BARRANQUILLA
2007**

**“DISTRIBUCION DE LA FLOR DE HELICONIA EN LA CIUDAD DE
BARRANQUILLA”**



**CAROLA CAROLINA BONILLA TRESPALACIOS
LINDA JHOJARYS CÁCERES HERRERA
ELIZABETH GONZÁLEZ DIAZ
ADRIANA JOHANA LINERO JUNCO
KELLYS PÉREZ PAVA**

Presentado a los profesores:

María Altamar y Jorge Pérez

En la asignatura de: **Investigación Formativa**

**UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
FACULTAD DE INGENIERÍA DE MERCADO
IX SEMESTRE NOCTURNO
BARRANQUILLA**

2007

NOTA DE ACEPTACION

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

PERSONAL DIRECTIVO DE LA UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR

Rector

Dr. José Consuegra H.

Vicerrector

Dr. Eugenio Bolívar.

Secretario General

Rafael Bolaño.

Decano de la Facultad de Ingeniería de Mercado

Dr. Ricardo Simancas.

Barranquilla

2007

DEDICATORIA

Fueron tres años de dedicación y empeño, estudiando e investigando distintas ideas para conocer la viabilidad de crear nuestra propia empresa.

En el transcurso de este tiempo, se presentaron situaciones adversas que nos hacían desfallecer por momentos, pero el compromiso que teníamos con nosotras mismas, con nuestros padres y la universidad nos permitieron seguir adelante.

Por esta y muchas otras razones queremos dedicar este proyecto de investigación a Dios, por todas esas bendiciones que nos ha permitido llegar hasta aquí.

A nuestros padres, por todo el sacrificio realizado para brindarnos la oportunidad de estudiar la carrera universitaria que deseamos.

A todos los profesores, por los conocimientos transmitidos que permitieron desarrollar paso a paso esta investigación, especialmente a nuestros tutores María Altamar y Jorge Pérez.

A todos los que en algún momento nos brindaron su colaboración queremos dedicar este proyecto.

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas que brindaron su apoyo en la elaboración de este proyecto. Hoy agradecemos enormemente a todas esas personas que en algún momento nos brindaron su colaboración.

Agradecemos a la Universidad Simón Bolívar por permitirnos estudiar en esta prestigiosa institución y brindarnos una excelente formación académica con profesores especializados en diferentes áreas. Además de brindarnos los medios necesarios para tener un aprendizaje mas avanzado.

Gracias al Decano Ricardo Simancas, por el proceso académico ofrecido en este programa que hoy nos forma como Ingenieros de Mercados.

Gracias a todos los profesores que se esmeraron por enseñarnos sus conocimientos en cada uno de los semestres cursados.

Y sobre todas las cosas agradecemos a Dios por nuestra vida y por la oportunidad de hacer nuestros sueños realidad.

GRACIAS...

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1 Descripción del problema	11
1.2 Formulación del problema	13
2. JUSTIFICACIÓN	14
3. OBJETIVOS	16
3.1 Objetivo general	16
3.2 Objetivos específicos	16
4. MARCO DE REFERENCIA	17
4.1 Antecedentes	17
4.2 Marco teórico	19
4.2.1 Aspectos que integran un estudio de viabilidad	19
4.2.2 Viabilidad técnica	19
4.2.3 Viabilidad Financiera	20
4.2.4 Viabilidad legal	20
4.2.5 Viabilidad administrativa	21
4.2.6 Viabilidad de mercado	21
4.3 Marco conceptual	24
5. VARIABLES	26
5.1 Operacionalización de las variables	26
6. DISEÑO METODOLOGICO	29
6.1 Tipo de estudio	29
6.2 Método de investigación	29
6.3 Universo, población y muestro	29
6.4 Fuentes y técnicas de recolección de información	30
6.4.1 Fuentes de información primaria	30
6.4.2 Fuentes de información secundaria	31

6.5 Procesamiento de la información	31
7. DISEÑO DE CAPITULO	32
7.1 Estudio de mercado	32
7.2 Estudio administrativo y legal	62
7.3 Estudio técnico	73
7.4 Estudio Financiero	77
8. PRESUPUESTO	83
9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	84
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFIA	

INTRODUCCIÓN

La floricultura colombiana se ha convertido en unas de las principales agroindustrias del país, generando una fuerte actividad económica. Esto se debe a que las flores son productos de alta comercialización tanto a nivel nacional como internacional.

En el siguiente proyecto se estudia la viabilidad de crear una empresa distribuidora de flores de Heliconia en la ciudad de Barranquilla. Esta investigación se llevó a cabo para conocer los factores que se encuentran en el entorno y que influirán en la mencionada idea de negocio.

En la ciudad de Barranquilla se hace necesario la realización de este estudio, porque las flores comercializadas actualmente en este lugar son adquiridas de diferentes zonas del país colombiano, afectando de esta manera los costos y la calidad de las flores que ingresan en esta ciudad; la situación presente obliga a desarrollar un estudio de viabilidad, para la creación de una empresa distribuidora de flores de Heliconia, proyecto que se fundamenta en los estudios de mercados, administrativo, legal, financiero y técnico.

Esta investigación se basa en el análisis de las encuestas realizadas al mercado objetivo, dando inicio en el mes de Febrero de 2006 hasta Octubre de 2007.

TITULO

**DISTRIBUCION DE LA FLOR DE HELICONIA EN LA CIUDAD DE
BARRANQUILLA**

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema.

Colombia es un país destacado por la cantidad de productos que puede cultivar en él. La situación del país ubicado entre los trópicos de dos mares y con el Ecuador atravesando su territorio le confiere una gran diversidad climática, lo que le permite fomentar el cultivo de una gran variedad de productos como la caña de azúcar, el arroz, el café, el cacao, el algodón, el ajonjolí, entre otros, especialmente las flores.

La floricultura es una actividad económica practicada en Colombia, siendo el país más rico en flores del mundo. ¹Esas 50.000 especies que nacen crecen y se desarrollan en tierras muy fértiles y que además son exportadas a varios países del mundo, asombran por su belleza y colorido. Entre las flores cultivadas en este país se encuentran las orquídeas, rosas, claveles, pompones, heliconias, crisantemos, girasoles, gladiolos y alstroemerias.

El departamento del Atlántico situado en la zona norte del país, presenta tierras bajas e inundables, en la cual se desarrollan diferentes actividades entre ellas la agricultura, cultivándose gran variedad de los productos que se dan en el país, debido a las condiciones climatológicas que presenta el departamento del Atlántico, que está situado al nivel del mar.²

En Colombia se conocen 90 especies diferentes de flores de Heliconia cultivadas

¹ www.villegas.com Benjamín Villegas 2001

principalmente en la zona cafetera y en los departamentos de Bolívar y Magdalena, estos son los lugares en donde adquieren las flores de Heliconia, los diferentes jardines, floristerías y demás comercializadoras de flores exóticas en la ciudad de Barranquilla.

La población barranquillera adquiere las flores con el objetivo de obsequiar, decorar, de igual manera la utilizan en fechas especiales. Entre las flores de mayor demanda se encuentran las Heliconias, sus vistosos colores y fácil cultivo, otorgan un lugar destacado entre el resto de las flores tropicales por su larga vida. Por su tamaño tienen una gran utilidad decorativa y ornamental adecuada para decoraciones en amplios espacios como corredores, restaurantes, auditorios, patios y también pueden utilizarse en arreglos conjuntos con flores tradicionales.³ Es por ello que los resultados de este estudio indicarán el diseño de estrategias acertadas, para brindarles a los jardines y floristerías las mejores alternativas para adquirir las flores de Heliconia de excelente calidad, a un costo mas asequible, a un menor tiempo de entrega y ofreciendo un valor agregado. Todo esto esbozo del problema permite que los investigadores planteen una serie de interrogantes que orientaran este proceso.

² Revista El Espectador. Así es Colombia. Los municipios. El Espectador 1995. Pág. 82

³ www.laprensa.hm.com

1.1.1 Formulación del problema.

¿Es viable la creación de una empresa distribuidora de flores de Heliconia en la ciudad de Barranquilla?

1.1.1.1 Sistematización.

¿Cuáles son las características del mercado local que influyen en la idea empresarial?

¿Cuáles son las estrategias de marketing necesarias para llevar a cabo la idea de negocio?

¿Cuáles serían los principales proveedores que suministren la Flor de Heliconia?

¿Quiénes son los clientes potenciales de la empresa?

¿Cómo debe estar estructurado el organigrama donde se describen los diversos cargos que tendrá la propuesta de negocio?

¿Cuáles son los requisitos primordiales que se necesitan para crear legalmente la idea empresarial?

¿Cuáles son los requerimientos técnicos necesarios para constituir la empresa distribuidora de Flores de Heliconia?

¿Existe la viabilidad financiera requerida para la creación de esta empresa?

2. JUSTIFICACIÓN

Las flores colombianas son una pieza clave para cualquier estrategia tendiente a consolidar una posición dominante en el mercado mundial de este producto, es por esta razón que la industria de las flores es sin lugar a dudas una de las más exitosas del país.

En poco más de 30 años, la floricultura colombiana ha pasado de exportar unos cuantos miles de dólares anuales, a vender en el exterior, más de 500 millones de dólares por año. En la actualidad Colombia es el segundo exportador de flores del mundo, después de Holanda, así mismo las flores son la tercera mayor fuente de divisas del país, detrás del petróleo y del café y un importante generador de empleo en la zona central de Colombia. La prueba más clara del logro de esta joven industria, es la cuota que tienen las flores colombianas en el mercado más grande del mundo, el de Estados Unidos; Colombia es el lugar de origen de cerca del 65 % de flores que consumen los norteamericanos.⁴

En la actualidad, las rosas, claveles y crisantemos, dominan la demanda mundial de flores, representado cerca del 70% de un mercado valorado en cerca de USD 49 mil millones anuales. En el 30% restante las flores exóticas han empezado a ganar terreno en cuanto a demanda y participación de mercado en especial en el mercado Europeo.⁵

En el caso particular de las Heliconias, se han identificado cerca de 200 especies en

⁴ Rincón del vago. Floricultura industria floral/explorador-comercialización

⁵ [www.procomer.com/publicaciones/enlace/mundial/junio 2001/index.cfm?que hacer=load.age&page=flores](http://www.procomer.com/publicaciones/enlace/mundial/junio%202001/index.cfm?que%20hacer=load.age&page=flores)

el mundo, la mayoría de las cuales tienen origen en América Tropical, mas unas cuantas provenientes del Indopacífico. En Colombia se tiene el registro a un parcial de 90 especies lo cual lo convierte en el más rico del mundo en diversidad de estas plantas. Es importante destacar, que de las especies Colombianas 48 son exclusivas de alguna región dentro del límite nacional, principalmente de la Zona Andina.⁶

Los testimonios presentados por funcionarios de diferentes floristerías de la ciudad de Barranquilla, afirman que las flores de Heliconia comercializadas en la costa Atlántica, son traídas de la Zona Andina de Colombia.

Por esta razón, la creación de una empresa distribuidora de flores de Heliconia, en la ciudad de Barranquilla, facilitaría la obtención de las diferentes especies de la flor, reduciendo costos del producto, el tiempo de entrega y realizando asesorías de arreglos florales y decoraciones.

⁶ Ibid.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general.

Determinar la viabilidad, para la creación de una empresa distribuidora de flores de heliconia en la ciudad de Barranquilla.

3.2 Objetivos específicos.

- Identificar las características del mercado local que pueden influir en la idea empresarial.
- Crear las estrategias de marketing necesarias para llevar a cabo el plan de negocio.
- Fijar los principales proveedores de Flores de Heliconia en la ciudad de Barranquilla.
- Identificar quienes son los clientes potenciales.
- Diseñar un organigrama donde se describa en forma detallada los diversos cargos que tendrá la propuesta de negocio.
- Describir los requisitos necesarios para crear legalmente la idea empresarial.
- Especificar los requerimientos técnicos necesarios para constituir esta empresa.
- Establecer los indicadores financieros requeridos para la creación de una empresa distribuidora de Flores de Heliconia.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 Antecedentes.

Las Heliconias son plantas asombrosas por la exuberante belleza de sus flores a pesar de que son nativas sólo de Centro, Sur América y algunas islas del Pacífico Sur. Su fácil cultivo y hermosura la han convertido en las flores preferidas de muchas partes del mundo.



Las Heliconias son productos relativamente nuevos en el mercado mundial. Pero desde ya se perfilan como principales importadores Alemania, Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Holanda y Suiza. Las Heliconias comercializadas en estos países son Stricta, Bihai, Wagneriana, Caribeña, Ginger, Golden, Psittacorum, Péndulas y las Variedades que se derivan de estas especies.

Los Principales productores y exportadores de estas flores son Colombia, Costa Rica, Hawái, Puerto Rico y Jamaica. En Colombia las zonas productoras de flores de Heliconias son: Valle, Antioquia, Quindío, Risaralda, Meta, Cundinamarca y desde hace algún tiempo se exporta a Estados Unidos, Canadá, Europa, y algunas Islas del Caribe, en donde se ha iniciado promisoriamente su producción, a través de empresas privadas que se hallan exportando estos productos.⁷

⁷ www.minambiente.gov.co/viceministerio/ambiente/mercados_verdes/INF%20sectorial

Por varias décadas la floricultura ha sido un ejemplo del esfuerzo innovador del empresariado colombiano con importantes contribuciones a la generación de divisas y de empleo. Esto se debe a que la producción de flores en Colombia se destina principalmente a la exportación.

Por varios años la demanda por flores dependió básicamente de factores estacionales (festivos en los mercados consumidores), lo que limitó las exportaciones a pocos mercados, haciéndolas vulnerables a las fluctuaciones de estos, sin embargo, en los últimos años Colombia se ha consolidado como el mayor proveedor de flores de los estados unidos, siendo este mercado el principal destino de las exportaciones de flores del país.

En la costa caribe colombiana, no se cultivan flores de Heliconias para su distribución, pero si se reproducen en este suelo por sus condiciones climáticas. Es por esta razón que en la costa caribe se importa la flor de Heliconia de la zona cafetera.⁸

⁸ www.google.com. Estudio de la producción de las flores tropicales. Investigación de flores de heliconia.

4.2 Marco teórico.

Para llevar a cabo esta investigación, se deben tener en cuenta diferentes aspectos que se describen a continuación.

4.2.1 Aspectos que integran un estudio de viabilidad.

Toda investigación debe establecer las posibilidades de éxito de una determinada actividad, dados a unos recursos disponibles y unas limitaciones existentes, debido a esto es necesario estudiar los diferentes tipos de viabilidad para la implementación de este proyecto.

“La viabilidad es la conclusión a la que se llega, acerca de las posibilidades de llevar a cabo un proyecto de inversión del que, tras ser sometido a estudios, se puede garantizar su estabilidad a largo plazo”.⁹

4.2.2 Viabilidad Técnica

El aspecto técnico dentro de un sistema, proyecto o idea de negocio, es considerado como una condición importante que hace posible el funcionamiento del proyecto.

“La viabilidad técnica siempre debe establecerse con la ayuda de los técnicos especializados en la materia; busca determinar si es posible física o materialmente hacer un proyecto”.¹⁰

Dentro de un estudio de viabilidad, es importante contar con el conocimiento de los expertos en el área en que se trabaja, porque son ellos el personal idóneo para

⁹ Diccionario de Economía y Negocios. Espasa. Siglo XXI.1990.Pag 69.

¹⁰ SAPAG CHAIN. Nassir. Criterios de Evolución de proyectos. Segunda Edición. España. Mc Graw Hill de Management.1993.Pag 14.

conocer si el proyecto materialmente es posible.

El personal técnico se encarga de determinar el lugar de ubicación de la empresa, o las instalaciones necesarias, para la idea de negocio.

También deben conocer las máquinas y procesos indicados de donde se obtienen los materiales y cual es el personal necesario para llevar a cabo el proyecto.

Estas personas especializadas en el tema, evalúan la parte técnica del proyecto y determinan la viabilidad y conveniencia de este.

4.2.3 Viabilidad financiera

Esta condición evalúa la conveniencia del proyecto, atendiendo a la relación que existe entre los recursos necesarios y las utilidades que se obtienen.

“En el estudio de la viabilidad financiera, se pretende definir mediante la comparación de los beneficios y los costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación”¹¹.

La viabilidad financiera se destaca por la gran importancia que posee, ya que resuelve dudas e inquietudes, analizando la rentabilidad interna del proyecto, las utilidades, los recursos empleados para obtenerlos, y aquellos de los que se dispone para llevar a cabo la idea de negocio. Estos factores determinaran que este nuevo proyecto goce de viabilidad; si los beneficios son mayores que los costos necesarios.

4.2.4 Viabilidad Legal

“La viabilidad legal hace referencia a la necesidad de determinar la inexistencia de

¹¹ *Ibíd.*

trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto.”¹²

En este tipo de viabilidad también se hace necesaria la presencia de expertos respectivos para su desarrollo. En este estudio se busca encontrar todos y cada uno de los inconvenientes legales que el proyecto llegase a tener, si no se realizara la concierne búsqueda de leyes o permisos para la realidad del proyecto. Por medio de ésta, el proyecto toma forma y fuerza, se engranan aun mejor las ideas y se conocen con mayor certeza lo que se puede y no se debe a nivel legal.

4.2.5 Viabilidad Administrativa

“La viabilidad administrativa, es aquella que se encarga de las posesiones e intereses propios o ajenos, llevada a cabo, por una o más personas.”¹³

Esta etapa tan relevante debe tener a disposición personas capaces de estudiar la calidad de proyecto que se elabora e implementarlo de manera exitosa.

En el estudio administrativo, se tienen en cuenta una serie de aspectos como lo son: el régimen fiscal más apropiado, qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto y cómo se organizará la empresa cuando la idea de negocio esté en operación.

4.2.6 Viabilidad de Mercado

En un proyecto de investigación se tienen en cuenta las distintas variables que intervienen en el segmento de mercado, en el que se desarrollará la idea de negocio.

¹² Ibid. Pág. 14.

¹³ Diccionario de Economía y Negocios. Espasa Siglo XXI.1999.Pag 15.

¹⁴ SERRAF. Guy. Diccionario de Mercadotecnia. México. Editorial. Trillas 2000.Pag 99.

“La viabilidad de mercado, se refiere a todos los estudios, documentales, encuestas cuantitativas y cualitativas que abarcan todas aquellas preguntas que se plantea una empresa para conocer los mercados sobre los cuales intervienen o las que pretenden acceder.”¹⁴

Por lo tanto, la viabilidad de mercado es la base de sustentación de preinversión, por lo cual es necesario determinar los datos tan contables y detallados como sea posible. Teniendo en cuenta lo anterior, los principales campos de investigación para la recolección de información pertinente para el estudio son: el estudio profundo del producto, la competencia, las bases del mercado, la segmentación del mercado, la delimitación del área de mercado, el mercado potencial, los clientes, la distribución, los proveedores, la publicidad y la promoción de las ventas.

En el caso particular de este proyecto, se estudia la viabilidad de crear una empresa distribuidora de la flor de Heliconia, en la ciudad de Barranquilla.

De acuerdo con esta idea de negocio habría que hacer un especial énfasis en aspectos como la importancia de la viabilidad de mercado, la cual radica en que permite identificar los clientes potenciales a los que va dirigido el producto; como lo son: los almacenes especializados, cadenas de almacenes y supermercados. Esto se debe a que la flor de Heliconia es un producto utilizado para la decoración y en estos lugares las personas buscan artículos que les ayuden a decorar su hogar. De igual forma, este producto se encontrará a menor precio que las flores que actualmente se comercializan en estos sitios, debido a que se cultivarán en la ciudad de Barranquilla y por esto se reducirán los costos de transporte.

Las floristerías son clientes claves en la demanda de flores en cualquier día del año y principalmente en fechas especiales como amor y amistad y día de las madres,

donde las personas acostumbran a regalar adornos florales.

La Heliconia es una flor exótica, innovadora y de exuberante belleza que tiene un gran mercado que ha sido poco reconocido y comercializado en comparación con el mercado de las flores tradicionales.

La viabilidad financiera es importante ya que se obtienen los costos y gastos operacionales, los beneficios de la producción y comercialización del producto y ayuda a conocer la posibilidad de llevar a cabo esta idea de inversión.

Finalmente la viabilidad técnica permite conocer el funcionamiento del personal operativo, requerimientos tecnológicos, localización, disponibilidad y costo de los recursos que harán parte fundamental en el desarrollo del proyecto.

4.3 Marco conceptual.

BOUQUET: Arreglos compuestos por 3 flores una grande y dos pequeñas envueltas en un papel transparente con un lazo alrededor.

BRACTEAS: estructura laminar u hoja modificada en forma de bote, generalmente de colores vistosos que se encuentra en la inflorescencia.

COMERCIALIZACION: Parte importante de un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.

DISTRIBUCION: Las diferentes actividades relacionadas con el movimiento de los productos, desde el fabricante hasta el consumidor.

ESPECIES: Grupo de organismos distribuidos en uno o mas poblaciones, separados de otras especies por su relación reproductiva y en la mayoría de los casos por diferencias observables en forma y color.

EXOTICAS: Extraño, extranjeros plantas traídas de otro país.

FLORICULTURA: Cultivo de flores y arte que lo enseña.

HELICONIAS: Son plantas monocotiledóneas, con un crecimiento rizomatoso que emite brotes, o vástagos. Cada uno de estos esta compuesto por un tallo, técnicamente llamado pseudotallo; las hojas están compuestas por un pecíolo y una lámina, colocadas en posición dística.

INFLORESCENCIA: Es la parte de la planta que lleva la estructura reproductiva.

PUBLICIDAD: es una actividad de comunicación cuyo objetivo fundamental es persuadir, convencer o seducir al público hacia un determinado bien de consumo, servicio, individuo o idea.

ESTRATEGIAS: conjunto de actividades definidas por los ejecutivos de la organización con el fin de facilitar al máximo el logro de los objetivos

corporativos.

MERCADO OBJETIVOS: es el segmento del mercado al que un producto en particular es dirigido.

PROVEEDORES: Suministradores de mercancías y servicios utilizados en el proceso productivo.

MARKETING MIX: Estrategia donde se utilizan las cuatro variables controlables que una compañía regula para obtener ventar efectivas de un producto en particular. Estas variables son: Producto, Precio, Plaza y promoción.

VARIEDAD: Es un grupo de organismos dentro de una especie formada por una o mas poblaciones con algunas diferencias con otro grupo de la misma especie.

5. VARIABLES

5.1 Operacionalización de variables.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES
PRODUCTO	Descripción del Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Características. • Beneficios • Debilidades • Fortalezas
PROVEEDOR	Evaluación y Selección	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad del Producto. • Tiempos de Entrega. • Facilidades de Pago. • Capacidad de Producción.
PRECIO	Políticas de Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Fijación de precios orientados a mantener la Utilidad. • Economía de escala. • Valor diferenciado.
PLAZA	Ubicación y Distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio Geográfico. • Canal de Distribución
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	Estrategias de Mercadeo y Promocionales	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos Por pronto pago. Por volumen de compra. • Diseño de Estrategias Publicitarias.

VARIABLE	DIMESION	INDICADORES
ANALISIS ADMINISTRATIVO	Naturaleza de la empresa	
	Estructura organizacional	Especificar los diferentes departamentos de la empresa. Señalar las funciones por departamento.
	Marco legal de la organización	Acta de constitución. Registro Mercantil Licencias y Permisos

VARIABLE	DIMESION	INDICADORES
ANALISIS TECNICO	Procesos productivo	Descripción del proceso. Descripción del producto.
	Distribución de planta	Maquinaria y equipo de almacenamiento. Transporte. Distribución.

VARIABLE	DIMENSION
ANALISIS FINANCIERO	<ul style="list-style-type: none">• Inversión inicial• Balance de constitución.• Estado de pérdidas y ganancias.• Punto de equilibrio.• Fuentes de financiación.• Apalancamiento.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 Tipo de investigación.

La presente investigación es de carácter descriptivo. Mediante este tipo de estudio se logra caracterizar y analizar el mercado de las Flores de Heliconia, y de esta forma, presentar una interpretación correcta acerca de la viabilidad para crear una empresa distribuidora de estas flores en la ciudad de Barranquilla.

Este estudio descriptivo sirve para ordenar, agrupar y sistematizar las variables y objetos involucrados en este proyecto investigativo.

6.2 Método de investigación.

Este estudio se fundamenta en el método deductivo, en el cual se observa un fenómeno en su forma natural, para con ello se establezcan verdades particulares del objeto en estudio. Las proposiciones que se aceptan y se desean admitir reciben el nombre de conceptos primarios. A partir de esta definición se deduce después las propiedades; estudiando, analizando y clasificando tales definiciones.

El mercado actual de flores en la ciudad de Barranquilla es el concepto primario de esta investigación, por lo tanto, se requiere de un análisis y desarrollo exhaustivo de este para conocer e interpretar las fases que se incluyen en un estudio de viabilidad.

6.3 Población y muestra.

Para el desarrollo de este proyecto investigativo, se utilizará el censo como método de recolección de información de información, debido a que los elementos a encuestar son pocos, de fácil acceso y no excede los recursos del grupo investigativo. El grupo objetivo a encuestar está conformado por:

- 1 28 Floristerías reconocidas en la ciudad de Barranquilla.
- 2 4 Almacenes de cadena.
- 3 2 Almacenes especializados.
- 4 Otros negocios relacionados (5).

Para la selección de este grupo objetivo se tuvo en cuenta diferentes criterios como son:

- 1 Posicionamiento de la marca en la ciudad de Barranquilla.
- 2 Diversidad del producto.
- 3 Trayectoria.
- 4 Volumen de ventas.
- 5 Ubicación estratégica en la ciudad.

6.4 Fuentes y técnicas de recolección de datos.

Con la intención de conseguir la información necesaria para este estudio se utilizaran fuentes de información primaria y secundaria. Se realizara censo sobre el grupo objetivo para la aplicación de encuesta.

6.4.1 Fuentes de información primaria.

Observación a distribuidores de flores.

Encuestas a los diferentes negocios que competen al sector de las flores.

6.4.2 Fuentes de información secundaria.

Revistas: “El Espectador”.

Bibliografía:

Diccionario de Economía y negocios, Criterios de Evaluación de Proyectos. Sapag Chain; Diccionario de Mercadotecnia. Serraf Guy.

Internet: www.google.com, www.elrincondelvago.com, www.procomer.com

Registros de Cámara de Comercio.

Proexport.

Reportes del DANE.

6.5 Procesamiento de la información.

Para continuar con este paso se debe editar los datos con el objetivo de inspeccionar y corregir la información recopilada para que sea exacta, completa, objetiva y suficientemente consistente para la tabulación; luego, se debe codificar para expresar los datos, por medio de símbolos, para llegar así a la tabulación. Después, se debe preparar un informe con tablas y graficas lo mas explícitas posibles.

En el análisis de interpretación los datos se examinan con sumo cuidado, para que tengan un significado concreto. Este análisis de datos se refuerza con recomendaciones necesarias para cada caso.

7. DISEÑO DE CAPITULOS

CAPITULO I

7.1 Estudio de mercados.

Todo plan de negocio se realiza con la finalidad de satisfacer necesidades concretas en un mercado específico, por tal motivo se busca establecer y definir la viabilidad comercial, analizando la demanda y la oferta actual del producto, para identificar cada una de las variables que integran al mercado como la competencia, clientes, proveedores, consumidores entre otros. En este estudio se determinará que variedades son las mas apropiadas para comercializar teniendo en cuenta su colorido y tamaño y tiempo de vida de la flor. Y así establecer estrategias y políticas de la organización.

A continuación, se estudia detalladamente la viabilidad de mercado para llevar a cabo la creación de una empresa distribuidora de flores de Heliconia en la ciudad de Barranquilla.

7.2 Análisis de la demanda.

La generación de información de la demanda viene determinada por una fuente primaria que son las encuestas realizadas personalmente al mercado objetivo, para este caso específico son las floristerías en Barranquilla, almacenes de cadenas y puntos de ventas.

7.2.1 Encuesta

El formato de encuesta presentado a continuación fue aplicado a la muestra representativa obtenida a través del censo.

Esta muestra esta constituida por:

28 Floristerías reconocidas en la ciudad de Barranquilla.

4 Almacenes de cadena.

2 Almacenes especializados.

Otros negocios relacionados (5).

7.2.1.1 Cuestionario.

**UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
FACULTAD DE INGENIERIA DE MERCADOS, PUBLICIDAD Y VENTAS
ESTUDIO DE MERCADO**

FECHA: _____
NOMBRE DEL ENCUESTADOR: _____

Buenos días, estamos realizando un estudio de mercado para conocer el grado de aceptación que tendría una empresa distribuidora de flores de HELICONIA en la ciudad de Barranquilla.

Esta encuesta debe dirigirse a todos los negocios que comercializan flores de HELICONIA. Agradecemos su valiosa colaboración, diligenciando esta encuesta.

ENCUESTA A DISTRIBUIDORES

ESTABLECIMIENTO: _____
NOMBRE DEL ENTREVISTADO: _____
NUMERO DE ENCUESTA: _____

1. ¿Cómo calificaría ud. el mercado local de las flores?

- | | |
|------------------|-------------------|
| a) Muy Favorable | c) Poco Favorable |
| b) Favorable | d) No Favorable |

2. ¿Cuáles son las especies de Heliconias que comercializa en su negocio?

3. ¿Cuáles son las especies de Heliconias que más se venden?

4. ¿De dónde son principalmente los proveedores de las flores de Heliconias que usted adquiere?

- a) Local (Barranquilla) _____
- b) Zona (Atlántico) _____
- c) Región (Costa Atlántica) _____
- d) Nacional _____

5. ¿Señale las características que mejor identifica a su proveedor?

- a) Descuentos _____
- b) Tiempo de entrega _____
- c) Créditos _____
- d) Localización _____
- e) Estado de las flores _____
- f) Otros _____

6. ¿Cada cuánto hace pedidos de Heliconias?

- a) Semanalmente _____
- b) Quincenalmente _____
- c) Mensualmente _____
- d) Otros _____

7. ¿Teniendo en cuenta la pregunta anterior especifique cuál es la rotación en unidades de las flores de Heliconias?

_____ Unidades.

8. ¿Cuáles son los meses en que más se venden flores?

- a) Enero _____
- b) Febrero _____
- c) Marzo _____
- d) Abril _____
- e) Mayo _____
- f) Junio _____
- g) Julio _____
- h) Agosto _____
- i) Septiembre _____
- j) Octubre _____
- k) Noviembre _____
- l) Diciembre _____

9. ¿Si un nuevo proveedor local le ofreciera flores de Heliconias usted?

- a) Compraría _____
- c) No compraría _____

b) Quizás compraría ____ d) Le es indiferente ____

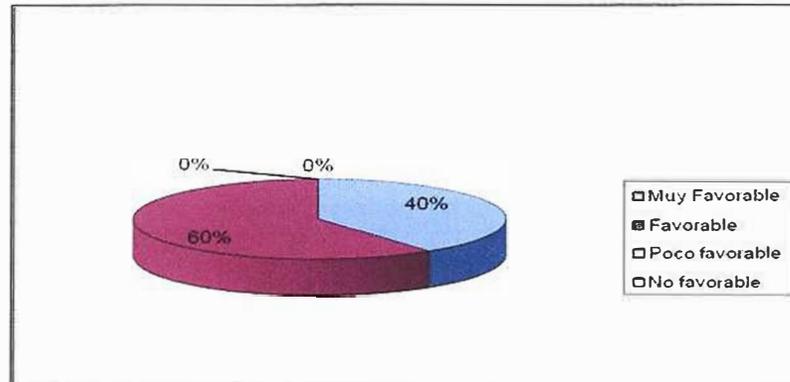
10. ¿Su actual proveedor de flores le ofrece capacitación relacionada con decoración o arreglos florales?

SI ____ No ____

11. ¿Que opinión tiene acerca de la encuesta?

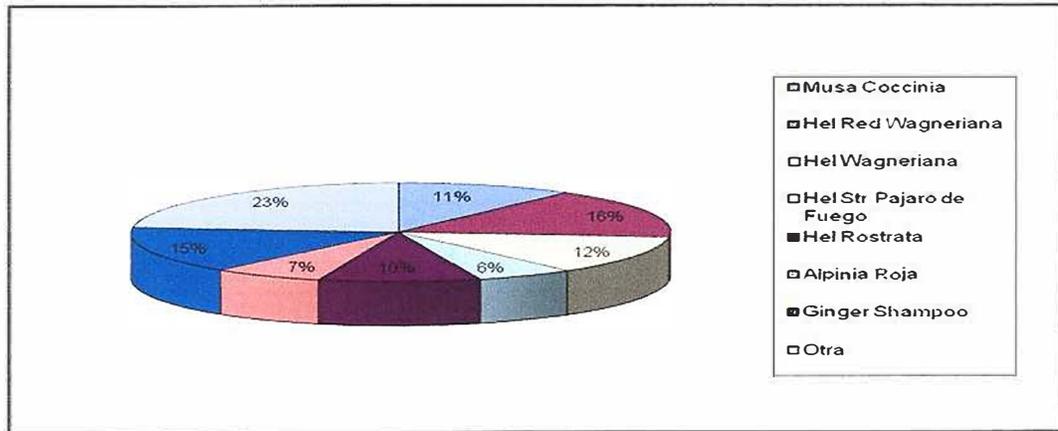
7.2.2. Interpretación de datos.

7.2.2.1 ¿Cómo calificaría usted el mercado local de las flores?



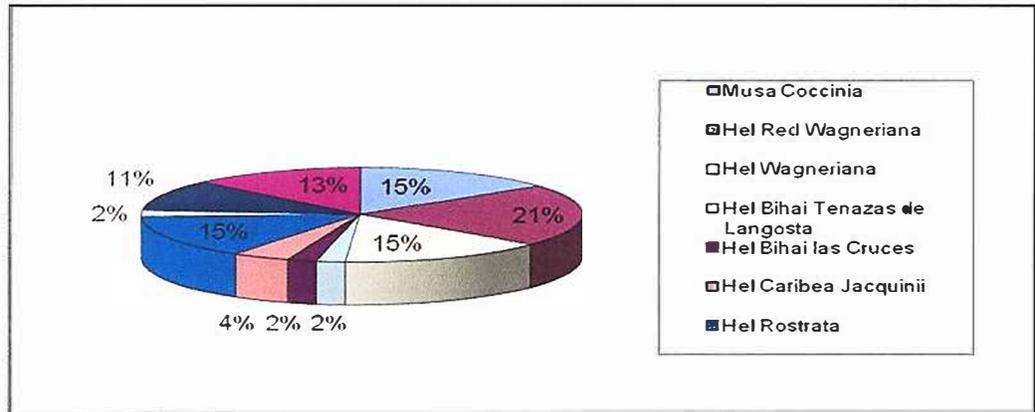
De la muestra representativa un 60% de los encuestados responde que el mercado de flores es favorable, mientras que un 40% opina que es muy favorable. Lo anterior significa que el mercado de las flores es un negocio próspero, con gran proyección y futuro.

7.2.2.2 ¿Cuáles son las especies de Heliconias que se comercializa en su negocio?



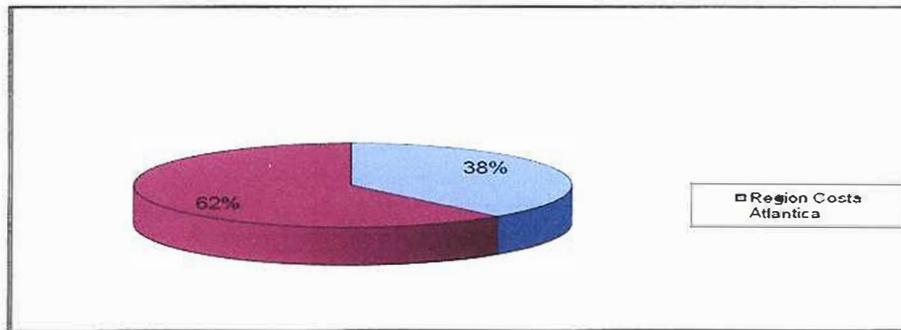
Las flores que más se comercializan son las la Hel Red wagneriana con un porcentaje del 16%, la Ginger Shampoo con un 15%, la Hel Wagneriana con un 12%, la Musa Coccinia con 11% y por último la Heliconia Rostrata con un 10%. Estas son las flores mas solicitadas en el mercado por la popularidad, belleza y durabilidad de estas. Lo que significa que son las más comerciales, de mayor rotación y mayor rentabilidad entre las flores exóticas. Dentro de la categoría Otras, encontramos las de menor comercialización con un porcentaje del 23%.

7.2.2.3 ¿Cuáles son las especies de Heliconia que mas se venden?



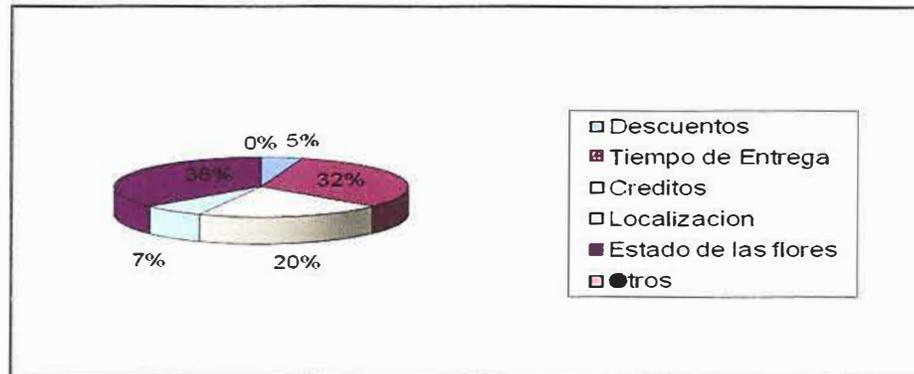
De acuerdo a los resultados obtenidos se puede resaltar que las especies de Heliconias que más se venden en floristerías y puntos de venta, son las Hel Red Wagneriana en un 21%, luego sigue la Hel Musa Coccinia, Hel Wagneriana, la Hel Rostrata con un 15% cada una y por último la Ginger Shampoo con un 13%. Por consiguiente son las Heliconias que más se comercializan en el mercado de las flores exóticas; esto puede ser por varios factores como por ejemplo: durabilidad, precio, tamaño, tiempo de inflorescencia, entre otros.

7.2.2.4 ¿De donde son principalmente los proveedores de las flores de Heliconia que usted adquiere?



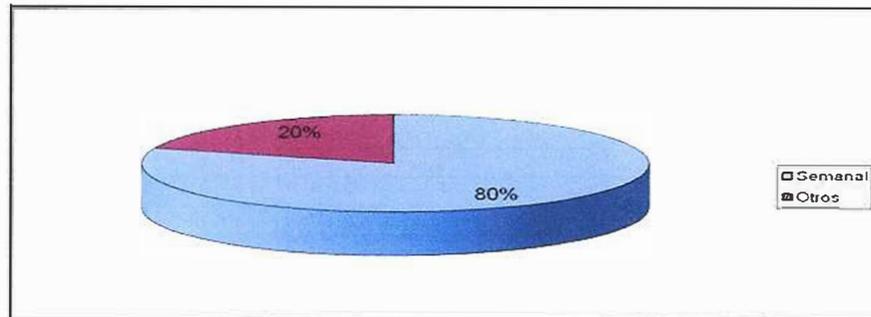
Según los resultados conseguidos se puede deducir que un 62% de los negocios que comercializan flores de Heliconia en la ciudad de Barranquilla, la adquieren principalmente a nivel nacional de Medellín y Pereira. El 38% restante las obtienen de la Costa Atlántica, como los departamentos de Magdalena y Bolívar. De lo anterior se puede deducir que los propietarios de floristerías barranquilleras no compran las flores de Heliconia a mayoristas en el departamento del Atlántico.

7.2.2.5 ¿Señale las características que mejor identifican a su proveedor?



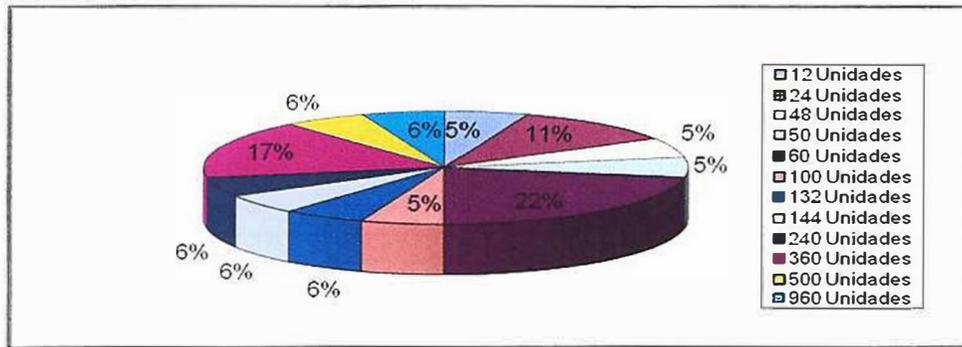
El 36% de los encuestados opina que la característica que mejor identifica a su proveedor es el buen estado de las flores, seguido del tiempo de entrega con un 32% y los créditos con un 20%. Estos resultados demuestran que los comercializadores de flores se preocupan porque las flores lleguen frescas y en buen estado para que se conserven por mas tiempo. De igual forma, el tiempo de entrega y los créditos son factores determinantes para que las personas que comercializan flores escojan a su proveedor, ya que son aspectos de mucho cuidado e importancia.

7.2.2.6 ¿Cada cuanto hace pedidos de Heliconia?



El 80% de las personas encuestadas hacen pedidos de heliconias semanalmente y el 20% restante hacen pedidos en otra forma, como por ejemplo, dos veces por semana. Estos datos dan a conocer que las personas hacen pedidos de heliconias frecuentemente y no tienen un estándar determinado para realizar pedidos de flores.

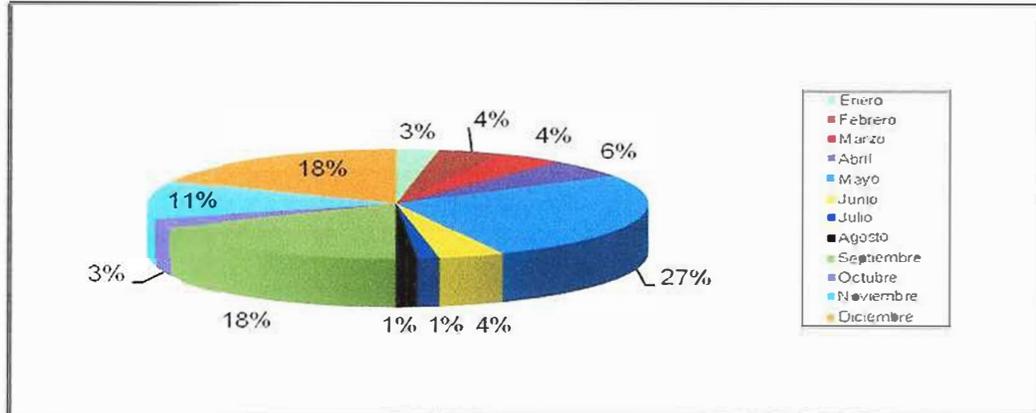
7.2.2.7 Teniendo en cuenta la pregunta anterior, cuál es la rotación en unidades de la flor de Heliconia?



Los resultados revelados en esta pregunta nos indica, que el 22% de los encuestados manejan una rotación en Flores de Heliconia de 60 Unidades por semana, seguido de una 17% que corresponde a un 360 Unidades y un 10% de los encuestados tiene una rotación de 24 Unidades.

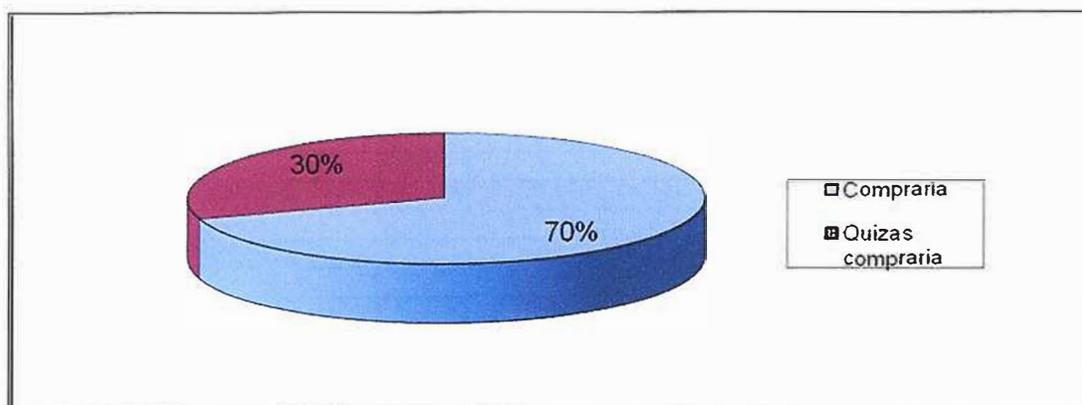
Lo anterior muestra que las Flores de Heliconia tienen una demanda significativa en el mercado de las flores.

7.2.2.8 ¿Cuáles son los meses en que mas se venden flores?



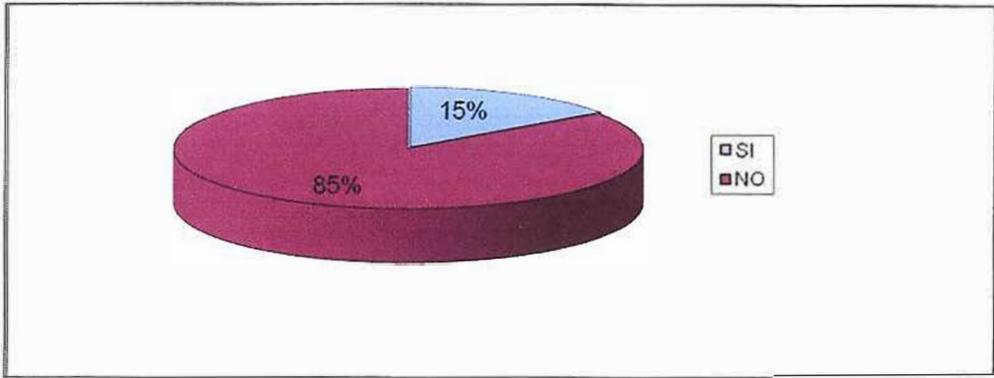
La encuesta reveló que los meses en que más se venden Flores son Mayo con un 27%, seguido de los meses de Septiembre y Diciembre con un 18% y el mes de Noviembre con un 11%. En estos meses se celebran fechas muy especiales como: Día de las Madres, Amor y Amistad, entre otros. Además en la costa se celebran muchos matrimonios en los meses de Noviembre y Diciembre.

7.2.2.9 Si un nuevo proveedor local le ofreciera flores de Heliconia. Usted?



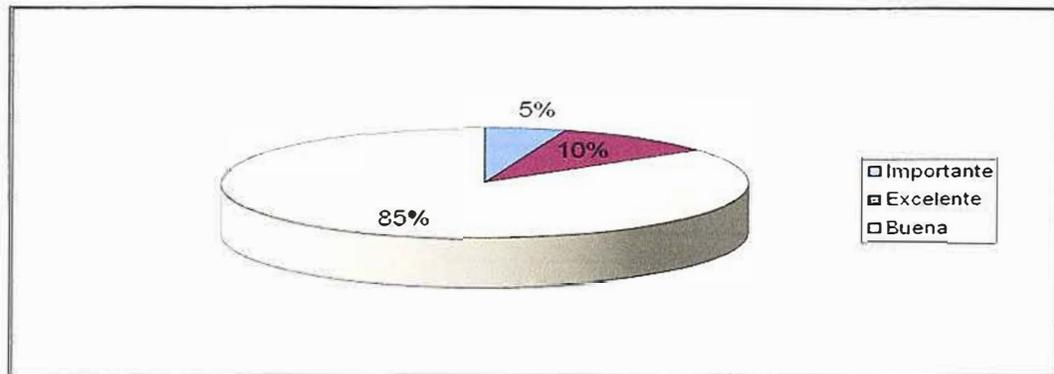
De las personas encuestadas un 70% compraría a un nuevo proveedor local y el 30% restante quizás lo haría. Lo que indica que el proyecto tendría viabilidad y sería aceptado por los negocios que compran flores al por mayor si se cumplen con las expectativas de los clientes.

7.2.2.10 ¿Su actual proveedor de flores le ofrece capacitación relacionada con decoración o arreglos florales?



El 85% de los encuestados responden que no reciben capacitación relacionada con decoración o arreglos florales, el 15% restante responde que si la reciben. Con estos porcentajes concluimos que como distribuidores se pueden ofrecer estos servicios adicionales como valor agregado.

7.2.2.11 ¿Qué opinión tiene acerca de la encuesta?



De los encuestados un 85% opina que el tema de la encuesta es bueno para la economía local, un 10% considera que es excelente y el 5% restante dice que es importante porque les convendría tener un distribuidor local de flores de Heliconia.

7.2.2 Análisis general de los resultados.

Las encuestas aplicadas a los negocios relacionados con el comercio de flores de la ciudad de Barranquilla proyectaron resultados representativos para conocer la viabilidad de crear una empresa distribuidora de flores de Heliconia en esta ciudad.

La pregunta que encabeza la encuesta se refiere a la calificación que le dan las personas encuestadas al mercado de las flores, un 60% opina que este mercado es favorable. Esto indica que en comercialización de flores existe un mercado con demanda potencial.

Los resultados arrojados por la encuesta en las preguntas 2 y 3 (ver anexo 1) revelan que las floristerías y demás puntos de venta de flores comercializan una gran variedad de especies de Heliconia y que a su vez se venden unas especies más que otras. La Heliconia Red Wagneriana se comercializa en el 17% de los negocios encuestados; de igual manera, es la flor que más se vende en dichas establecimientos con un porcentaje del 21%. Lo anterior muestra que la Hel. Red Wagneriana guarda importantes características tanto para los negocios como para los consumidores de flores.

Según los resultados obtenidos en las preguntas 4 y 5, el 62% de los establecimientos encuestados compran flor de heliconias a proveedores nacionales y las características que mejor identifican a estos proveedores son el estado de las flores y el tiempo de entrega. Lo que demuestra que en el departamento del Atlántico no existe proveedores de Heliconias que brinden unos productos de

excelente calidad y con un eficiente servicio; éstas deben ser adquiridas de otras regiones del país siendo el tiempo de entrega uno de los aspectos más importantes para los negocios.

En cuanto al pedido y la rotación de flores de heliconia, el 80% de los negocios realiza los pedidos semanalmente y un 20% con una rotación de 60% unidades. La comercialización de estas flores mantiene una rotación y un movimiento significativo en el mercado.

Las flores de heliconias son productos comercializados todo el año por sus características son utilizadas para la decoración de interiores, de igual manera son utilizadas para regalar en ocasiones especiales como el Día de la Madre, Amor y amistad y Navidad aumentando la demanda en los meses de Mayo, Septiembre y Diciembre, respectivamente.

Si un proveedor local ofreciera flores de Heliconia, un 70% de negocios relacionados con este producto estarían dispuestos a comprar. Esto revela que una empresa distribuidora de flores de Heliconia, tendría un mercado significativo dispuesto a comprar las flores. De igual forma, el 85% de los encuestados responde que su actual proveedor no ofrece capacitación relacionada con el manejo de flores, lo que demuestra que esta podría convertirse en un servicio postventa de gran relevancia por parte de las floristerías y otros puntos de venta de flores.

De acuerdo a lo anterior, se puede deducir que los diferentes negocios del sector ven con gran aceptación la idea de tener una empresa local que le suministre las flores de Heliconia en la ciudad, que le ofrezcan mejores servicios postventa ,

calidad y eficiencia, generándoles competitividad y sostenibilidad a futuro en su mercado.

7.2.3 Definición del producto.

Heliconias

Las Heliconias son plantas que pertenecen al orden de la zingiberales y son el único género en la familia de las Heliconeaceas. Entre las características que permiten identificar a este orden se encuentran las hojas largas y grandes inflorescencias de vistosos colores. Adicionalmente en este orden se encuentran siete familias a las cuales pertenecen flores y frutos de interés comercial tales como: Ave de Paraíso (Strelitziaceae), banano, plátano y musa (Musaceae), Ginger (Zingiberaceae), Costus (Costaceae), Cannas y chirillas (Cannaceae) y Calateas (Marantaceae).¹⁵

Las heliconias son conocidas comúnmente como la flor del platanillo. Estas flores han adquirido gran importancia económica y comercial a nivel nacional e internacional por la belleza y el colorido de sus inflorescencias y su aspecto exótico altamente cotizado. Por lo tanto, hay que identificar cuales son las mas apropiadas para comercializar teniendo en cuenta que dentro de la familia de Heliconias están las siguientes variedades: Rostrata, Sasi, Bastón del Emperador, Pájaro de fuego, Wagneriana, Ginger, Antorcha, Maraca, ave de Paraíso y Bihai entre otras.

¹⁵ Instituto Humboldt. Analisis Desarrollo Empresarial para la producción de flores de heliconias y follajes tropicales en las veredas Canaan y la Palmera ubicadas en el municipio de Salento, Quindío. Octubre 2003.



H. ALIX - ROJA



H. STRICTA



H. ALPINIA



H. WAGNERIANA

Por lo tanto, se debe establecer que variedades son realmente comerciales dependiendo de las condiciones actuales del mercado.

7.2.3.1 Beneficios.

- Es un sector con alto potencial para generación de empleos directos e indirectos a nivel local.
- Todos los proveedores serán de la ciudad, lo cual generara un incremento en la economía local.
- Su exuberante belleza hace que estas flores sean diferentes a las tradicionales.
- Las flores de Heliconias tiene una durabilidad mayor en comparación con las flores tropicales tradicionales.
- Las heliconias sobresalen como uno de los mas llamativos y apreciados elementos florísticos en todas las regiones de Colombia, con impactantes inflorescencias cubiertas de bràcteos, y una combinación de colores que acentúan la exuberancia y color del ecosistema y mejorando el hábitat para los seres humanos.
- Su cultivo representa un uso racional del recurso de la biodiversidad de las regiones donde se produce, e implica una recuperación y posicionamiento de

muchas especies no aprovechadas actualmente, en beneficio de las comunidades.

7.2.3.2 Oportunidades.

- Las Heliconias son productos relativamente nuevos en el mercado.
- Existe interés en el mercado detallista (floristerías y puntos de ventas) a nivel local, regional y nacional en el suministro de heliconias de buena calidad y de manera regular.
- Existe oferta insuficiente de las variedades de especies en el mercado local, regional y nacional.
- Búsqueda del consumidor de nuevas variedades de flores exóticas.
- Son productos que se pueden mercadear aprovechando sus características de producción ambiental y socialmente sostenible.
- El suelo y las condiciones climatológicas del departamento del Atlántico es ideal para el cultivo de la flor de Heliconia.
- Oportunidad de posicionar las heliconias en mercados gourmet y floristerías de estratos sociales altos.
- Existe gran interés institucional en las regiones, por apoyar el desarrollo del sector.
- Oportunidad de mercado con decoradores de interiores.
- Oportunidad para generar ventas de bouquet y arreglos de flores a nivel local.

7.1.3.4 Debilidades.

- Bajos precios.
- El tamaño de algunas flores de heliconias es un obstáculo al momento de

empacarlas y transportarlas, por esta razón son poco comerciales.

- Se comercializan flores de baja calidad.
- La duración en florecer una planta, por que la gran mayoría tienen periodos entre 8 a 12 meses.
- Desconocimiento de vendedores detallistas sobre las posibilidades para hacer arreglos de flores usando heliconias.
- No hay producción tecnificada.
- Inexistencia de relaciones con los floristas.
- No hay organización del sector, ni una estrategia conjunta.

7.2.4 Mercado Proveedor.

Una de las principales razones de ser de este proyecto, es brindar los mejores servicios, calidad y eficiencia a los diferentes negocios del sector en la ciudad de Barranquilla, por tal motivo es importante seleccionar excelentes proveedores que cumplan con los siguientes requerimientos estipulados por la organización, tales como:

- Calidad del Producto
- Tiempo de entrega
- Capacidad de producción
- Facilidad de pago
- Diversidad de especies

Los siguientes proveedores han sido preseleccionados:

- **Proveedores de Flores de Heliconia**
Flores Exóticas del Caribe E.U.
C.I. Paramo Flowers.
Agroflores.

- **Proveedores de equipos de cómputo**
Dell.
HP.
Compaq.
IBM.
Cannon.
- **Proveedores de mobiliario y divisiones**
Multimuebles Mir.
Modular light.
- **Proveedores de envoltura, cajas, estanterías.**
Almaceno.
Vidaplast Ltda.
- **Transportes subcontratado.**
Transporte y logísticas Eficaz.
Transporte ATJ.

7.2.5 Mercado competidor.

La competencia directa que enfrenta la empresa distribuidora de flores de heliconia en Barranquilla, son aquellos mayoristas de flores en Medellín, Pereira y algunos del departamento de Magdalena y de Bolívar, los cuales surten a las diferentes floristerías de la ciudad. La empresa tendrá ventaja porque será la única comercializadora de flores de Heliconia en la ciudad que brindara un excelente servicio postventa, competirá en tiempo de entrega y calidad de sus productos generando valor agregado a sus clientes.

7.2.6 Mercado distribuidor.

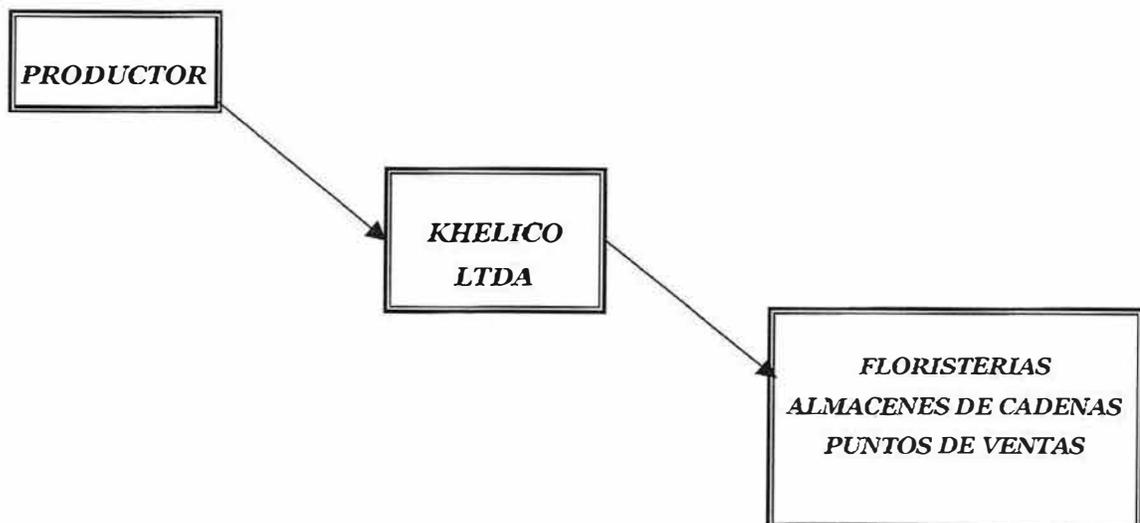
Ubicación.

La empresa estará ubicada en una zona estratégica de la ciudad de Barranquilla, de tal manera que se pueda surtir a los diferentes establecimientos dedicados a la comercialización de flores; siendo esto una ventaja para la empresa ya que competiría en tiempo de entrega y costos de flete.

Distribución.

La empresa se encargara de surtir a las floristerías, puntos de ventas y almacenes especializados y de cadenas de la ciudad de Barranquilla. Utilizando un canal de distribución “cero” presentado a continuación.

DIAGRAMA DE TRAYECTORIA DEL PRODUCTO



El proceso de comercialización que utilizará la empresa ***KHELICO LTDA*** consiste en adquirir las flores directamente del productor, almacenarlas para luego distribuirlas por pedidos a los distintos negocios e inmediatamente entregar los pedidos de manera directa a sus clientes tales como floristerías, almacenes de cadenas y puntos de ventas.

7.2.7 Precio.

La fijación del precio del producto es muy importante para determinar los ingresos probables del proyecto. También se debe tener en cuenta que el precio estará determinado por el comportamiento de los mercados.

El precio de las heliconias se mantiene constante a lo largo del año. En general las únicas variaciones son las semanas antes del Día de la Madre, Amor y Amistad y Navidad; cuando hay un aumento en la demanda.

Políticas de precio.

El precio de venta de la flor de Heliconia va relacionado con el precio de costo, teniendo en cuenta que el margen de utilidad será del 100%. El precio de costo del producto por cultivo refleja un valor por unidad de \$ 400.

Los detallistas compran las flores por docena y el precio va de acuerdo con el tamaño y cantidad de la flor.

7.2.8 Promoción y publicidad.

La flor de Heliconia es utilizada principalmente en la decoración de interiores debido a su apariencia exótica y tropical que proyecta en los lugares, esto hace que estas flores puedan ser comercializadas durante todo el año, además de consumirse

en fechas especiales como Día de la Madre, Amor y Amistad y Navidad, por lo tanto habrán temporadas del año en que las ventas serán mas bajas que en las anteriores.

Teniendo en cuenta lo anterior se utilizará estrategias promocionales y publicitarias que incrementen los pedidos en dichas temporadas. Además de una estrategia de posicionamiento en relación con la calidad, tiempo de entrega, y servicio postventa.

7.2.8.1 Estrategias de mercadeo y promoción.

A continuación se mencionaran las estrategias a utilizar:

- Descuento por volumen, se harán descuentos especiales a los clientes que realicen compras considerables durante un tiempo determinado por la empresa.
- Descuento por pronto pago.

Calidad y tiempo de entrega.

- La calidad es una de las razones principales al momento de escoger los proveedores de las flores, por lo tanto, la flor debe estar en las mejores condiciones físicas, es decir perfectamente lavada, arreglada, y sin presentar ningún tipo de deterioro ni pudrición.
- El tiempo de entrega es una ventaja competitiva que va a tener la empresa por estar ubicado en la ciudad y utilizar proveedor del departamento del Atlántico.

Es fundamental ofrecer continuidad en las entregas así como el cumplimiento y puntualidad en los pedidos y compromisos adquiridos previamente.

Servicio.

La estrategia de servicio de Khelico Ltda. Se fundamenta en la política de calidad y excelentes precios, por eso busca conseguir un alto nivel de fidelidad del cliente y del consumidor final al preferir nuestros productos, por ello se trabajará en miras a satisfacer las inquietudes de los clientes.

- El servicio al cliente será una de las estrategias mas clara a seguir por Khelico Ltda. La empresa se va diferenciar por el servicio postventa que va a brindar a sus clientes que garantice un seguimiento de las necesidades de cada cliente, esto se debe hacer por medio de un programa de encuestas periódica que permita conocer los puntos críticos en la que se debe establecer mejoras que permitan fortalecer ventajas competitivas frente a otras empresas.
- A los clientes se le suministrará un portafolletos en donde puedan exhibir información las flores de heliconias.
- Se contratará personal capacitado para que brinde asesorías de manipulación y decoración de arreglos florales.

Publicidad.

La estrategia publicitaria que se va a utilizar para dar a conocer los productos que ofrece Khelico Ltda. Serán:

- Se utilizará inicialmente un plan de publicidad y comunicación directa a través de visitas a los distintos negocios, correo electrónico, telemarketing a todos los clientes potenciales.
- Se utilizará medios impresos folletos, catálogos, que se llevaran en las visitas personalizadas que realicen los asesores comerciales.
- Se utilizará el logo de la empresa, con los colores corporativos (anaranjado

amarillo, rojo, rosado, blanco y negro) en los cajas y envolturas en las cuales se van a llevar las flores de heliconias a los diferentes negocios.

- Se publicará en medios impresos concentrando los esfuerzos en algunos estratos y segmentos de mercados por ser las flores de heliconias un producto que se esta conociendo en los estratos medios y altos de la ciudad.
- Se creara un catalogo en donde se unifique los diferentes nombres de especies de heliconias con el fin de organizar las variedades de flores y posicionar nuestra propio sello de reconocimiento en el mercado.
- En un futuro se va utilizar transporte propio, el cual llevará el logo de la empresa con el fin de posicionar la marca de la empresa.
- Se pasará publrreportajes en el canal regional (Telecaribe) y local (Telebarranquilla) para llegar a los diferentes consumidores.

7.2.6 Análisis de la Oferta.

El mercado oferente donde se va a desenvolver el proyecto, no es un mercado competitivo a nivel local, debido a que la competencia directa de la misma no se encuentra ubicada en la ciudad de Barranquilla.

De lo anterior podemos concluir que la empresa distribuidora de flores de Heliconia tiene un amplio mercado para ofrecer sus productos.

7.2.7 Demanda Potencial.

De acuerdo a los resultados que arrojó la encuesta se pudo observar que el volumen de compra de la flor de Heliconia depende del nivel de ventas de cada negocio. Las floristerías pequeñas y puntos de ventas compran de 3 a 5 docenas por semanas, las medianas compran de 5 a 10 de docenas semanales y las grandes más de 10 docenas en la semana. Por lo tanto, la intención de compra de la flor de Heliconia es de aproximadamente 300.000 unidades para el primer año a un

precio de \$ 1.000 unidad.

7.2.7.1 Tamaño de la demanda.

	Demanda/mensual (docenas)	Numero de establecimientos	Demanda total mensual
Floristerías	50 - 70	28	1400 - 1960
Almacenes de Cadenas	10 -16	6	60 - 96
Puntos de ventas	18 - 22	5	90 - 110
TOTAL	78 - 108	39	1550 - 2166

7.2.3 Costo de promoción y publicidad.

	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTOS TOTAL
Medios Impresos			
Publicidad en Prensa	4	\$ 125.000	\$ 500.000
Medios de Transmisión			
Publicidad Televisiva	8	\$ 175.000	\$ 1.400.000
Medios de Exhibición			
Catálogos	300	\$ 5.000	\$ 1.500.000
Tarjetas de Presentación	500	\$ 100	\$ 50.000
Portafolletos	5	\$ 150.000	\$ 750.000
TOTAL GENERAL			\$ 4.200.000

CAPITULO II

7.2 Estudio administrativo y legal.

La administración permite dirigir los procesos empresariales y las leyes, son normas que ayudan a constituir legalmente una empresa. Es por esta razón, que para la instalación y operación de este proyecto es necesario hacer un estudio administrativo y legal.

La creación de una empresa distribuidora de Flores de Heliconias en la ciudad de Barranquilla, se basa en un análisis administrativo que estudia la calidad del proyecto para implementarle de manera exitosa. En este estudio se establece la estructura organizacional, las funciones y objetivos que se complementan con una adecuada dirección administrativa que permitan realizar labores eficaces.

Las exigencias y requisitos legales deben ser también descritos y cumplidos a cabalidad para constituir una empresa legalmente sustentada en las leyes colombianas.

7.2.1 Naturaleza de la empresa.

La empresa distribuidora de Heliconias, es un negocio propio de cinco (5) personas

asociadas en forma voluntaria, constituyendo así, una Sociedad limitada denominada K HELICO Ltda.

El capital de trabajo es de \$50.000.000, dividido en partes iguales entre los accionistas, este capital debe ser cancelado al momento de la constitución. Un aumento de capital implica una nueva reforma de los estatutos.

7.2.2 Estructura organizacional



7.2.3 Misión, Visión y Valores Corporativos.

Misión.

K'HELICO LTDA es una empresa distribuidora de flores de HELICONIAS que está incursionando en el mercado de la floricultura con un producto innovador como lo son las flores tropicales exóticas *K'HELICO LTDA*. En la ciudad de Barranquilla.

La empresa cuenta con las mejores condiciones y estándares de calidad, para brindarles un excelente servicio; buscando siempre la satisfacción plena de las necesidades y expectativa de los clientes.

Visión.

K'HELICO LTDA es una empresa dedicada a la producción y comercialización de flores de HELICONIAS que pretende incorporarse en un futuro en una empresa pionera en el mercado floricultor, comercializando las exóticas flores de HELICONIAS en la ciudad de Barranquilla.

Además, *K'HELICO LTDA* se proyecta incursionando en el mercado internacional, exportando la exuberante belleza de la flor de HELICONIA a los principales exportadores, ofreciendo un excelente servicio y calidad.

Valores Corporativos.

La compañía. *K'HELICO LTDA*. es una empresa que esta cimentada por valores y principios que nos permite realizar nuestra labor de una manera justa y comprometida.

Por esta razón, *K'HELICO LTDA* se identifica con los siguientes valores:

- Justicia.

- Compromiso.
- Respeto.
- Calidad.
- Integridad.
- Responsabilidad.
- Actitud al buen servicio.

7.2.4 Funciones por departamento

7.2.4.1 Gerencia.

El gerente es el representante de la empresa KHELICO Ltda. Entre las funciones principales de la gerencia se encuentra el de establecer indicadores de gestión y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeación, organización, dirección y control en cada uno de los departamentos de la empresa a fin de lograr los objetivos planteados.

La gerencia debe establecer la misión, visión, objetivos y estrategias de los departamentos descritos a continuación.

- Departamento comercial.
- Departamento de Contabilidad.
- Departamento Logístico.

7.2.4.2 Departamento Comercial.

El departamento comercial es el encargado de analizar las condiciones del mercado, la situación competitiva, las ventajas e inconvenientes en la comercialización de las flores, para así, diseñar estrategias en beneficio de la empresa KHELICO Ltda.

FUNCIONES.

- Analizar el entorno
- Hacer investigaciones periódicas sobre distribución, comportamiento de mercado y consumo del producto.
- Plantear objetivos y metas de mercado.
- Diseñar estrategias para el desarrollo del producto y del mercado.
- Diseñar estrategias para penetrar el mercado.
- Implementar las estrategias planeadas.
- Evaluar resultados.
- Comunicar todas las actividades comerciales.
- Desarrollar nuevos negocios.
- Cumplir con el presupuesto de venta.
- Realizar asesorías a los clientes.
- Ejecutar y controlar las actividades de mercadeo de los productos de la empresa.
- hacer seguimiento a las ventas.

7.2.4.3 Departamento Administrativo y Financiero.

Este departamento organiza y coordina las actividades relacionadas con el desempeño del talento humano, al igual que con las funciones de consecución y uso de las fuentes de financiación de la empresa.

FUNCIONES.

- Realizar la provisión de personal.
- Determinación de los procedimientos en los diferentes cargos con el fin de cumplir objetivos.

- Análisis de los indicadores financieros de la empresa.
- Determinación de la estructura de los activos de la empresa.
- Control del movimiento de caja.
- Análisis de las distintas fuentes para la obtención de los recursos.
- Fuentes de financiación.
- Negociación para la efectiva obtención de recursos.
- Realizar proyecciones contables.
- Control de la función contable en general.

7.2.4.4 Departamento Logístico.

Este departamento coordina todas las actividades necesarias en el proceso de conservación, empaque y distribución de las flores.

FUNCIONES.

- Establecer políticas de calidad para la selección de proveedores de flores de Heliconias.
- Mantener una infraestructura adecuada para la conservación de la Flor.
- Controlar las condiciones de almacenamientos de las flores de Heliconias.
- Supervisar el proceso logístico.
- Realizar la distribución efectiva de las flores.

Al ser KHELICO Ltda., una empresa pequeña, implica que varios de los cargos que figuran en el organigrama son multifuncionales, es decir, que una sola persona puede ejercer varias funciones en un mismo cargo.

Inicialmente el talento humano que laborara en esta empresa son lo socios de KHELICO Ltda.

En una proyección de crecimiento a cinco (5) años, la estructura organizacional se vera alterada por la creación de nuevos cargos y nuevas funciones que generaran contracción de talento humano.

7.2.4 Aspectos legales

7.2.4.1 Verificación de nombres y actividad económica.

En el puesto de la cámara de comercio de Barranquilla se solicita un formulario para diligenciar el nombre y la actividad a la que se va a dedicar la empresa.

Nombre: **KHELICO Ltda.**
Actividad económica: **EMPRESA DISTRIBUIDORA DE FLORES DE HELICONIAS.**

7.2.4.2 Consulta de uso de suelo.

Se debe verificar que la actividad económica se pueda desarrollar en la dirección que se propone para el funcionamiento de la empresa. Esta consulta debe hacerse en el departamento administrativo de planeación distrital, en la sede de la cámara de comercio de Barranquilla.

7.2.4.3 Acta de constitución.

Este es un contrato por el cual dos o mas personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre si las utilidades obtenidas en la empresa.

Los datos que se deben tener en cuenta son:

- Datos de los socios constituyentes.
- El tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.
- el domicilio de la sociedad y de las sucursales que se establezcan.
- El negocio de la sociedad.
- Capital social suscrito y pagado por cada socio.
- Expresar como se administrara la sociedad.
- Establecer fechas de convocación a junta de socios.
- Fechas en que se debe presentar balance general.
- Duración de la empresa y sus causales para disolverla y la forma de liquidarla.
- Establecer el representante legal de la empresa con su domicilio, facultades y obligaciones.

En una notaria publica transcribirá esta acta conformando así la escritura publica, firmada por el notario con los sellos respectivos y adicionalmente por los socios con la cedula y sus huellas.

7.2.4.4 Matrícula mercantil.

Para realizar la matrícula mercantil. Se deberá adquirir en la cámara de comercio el formulario de matricula mercantil “sociedades comerciales” y presentarlo junto a los siguientes documentos:

- Formulario de matrícula mercantil diligenciado junto con el volante de consulta de nombre aprobado.
- 2 copias autenticadas de la escritura publica de constitución de sociedad.
- recibo de pago del impuesto de registro expedido por rentas departamentales.
- Carta de representante legal.
- Documento de identificación del representante legal.
- Cancelar derechos de matriculas.
- Obtener copias del certificado de existencias y representación legal de la sociedad.

Luego de haber realizado la inscripción se puede solicitar a la cámara de comercio el certificado de existencias y representación, este es un documento que le permite la sociedad realizar algunos trámites o simplemente acreditar la matricula en el registro mercantil.

7.2.4.5 Registro de libros de comercio.

Una vez matriculada la empresa, el representante legal debe presentar y solicitar el registro de los libros de comercio con carta dirigida a cámara de comercio y diligenciar el formulario de solicitud respectivo. También es deben presentar los libros y pagar los derechos de inscripción.

Los libros son lo siguientes:

LIBRO CAJA-DIARIO: En este libro se pasan las operaciones contables en orden cronológico, en forma individual o por resúmenes que no sean de un mes.

LIBRO MAYOR: En este libro se pasan las operaciones por cuentas utilizando el sistema de partida; permitiendo establecer el resumen mensual de todas las

operaciones para cada cuenta.

LIBRO INVENTARIO Y BALANCE: Se debe hacer un inventario y un balance general al iniciar sus actividades y por lo menos una vez cada año para conocer en forma clara y completa la situación del patrimonio.

LIBRO DE ACCIONISTAS: En el que se escriben las acciones, anotando el título, el número y la fecha de inscripción, al igual que los cambios de propietario.

7.2.4.6 DIAN

En la administración de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), se puede obtener el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Para este número de identificación se debe realizar el trámite correspondiente en la DIAN.

Pasos a seguir.

- Solicitar y diligenciar el formulario de RUT, original y dos copias.
- Copia de la escritura pública de constitución.
- Certificado de existencias y representación, expedido por la cámara de comercio, con fecha no mayor a tres meses antes de su presentación.
- Fotocopia de la cédula del representante legal.

7.2.5 Presupuesto.

GASTOS ADMINISTRATIVOS (salarios)

	Mensual	Anual
Gerente	\$1.000.000	\$12.000.000
Asesores (2)	\$1.600.000	\$19.200.000
Asistente administrativa	\$500.000	\$6.000.000
Operador logístico	\$600.000	\$7.200.000
TOTAL		\$44.400.000

OTROS GASTOS

Honorarios de contador		\$1.800.000
Pagos por arrendamiento		\$6.000.000
Servicios públicos		\$2.400.000
Suministro de papelería		\$300.000
Internet, teléfono y correo		\$2.040.000
TOTAL		\$12.540.000

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Escrituras y gastos notariales		\$150.000
Registro mercantil		\$ 831.000
Registro de libros de comercio		\$ 92.000
TOTAL		\$ 1.073.000

CAPITULO III

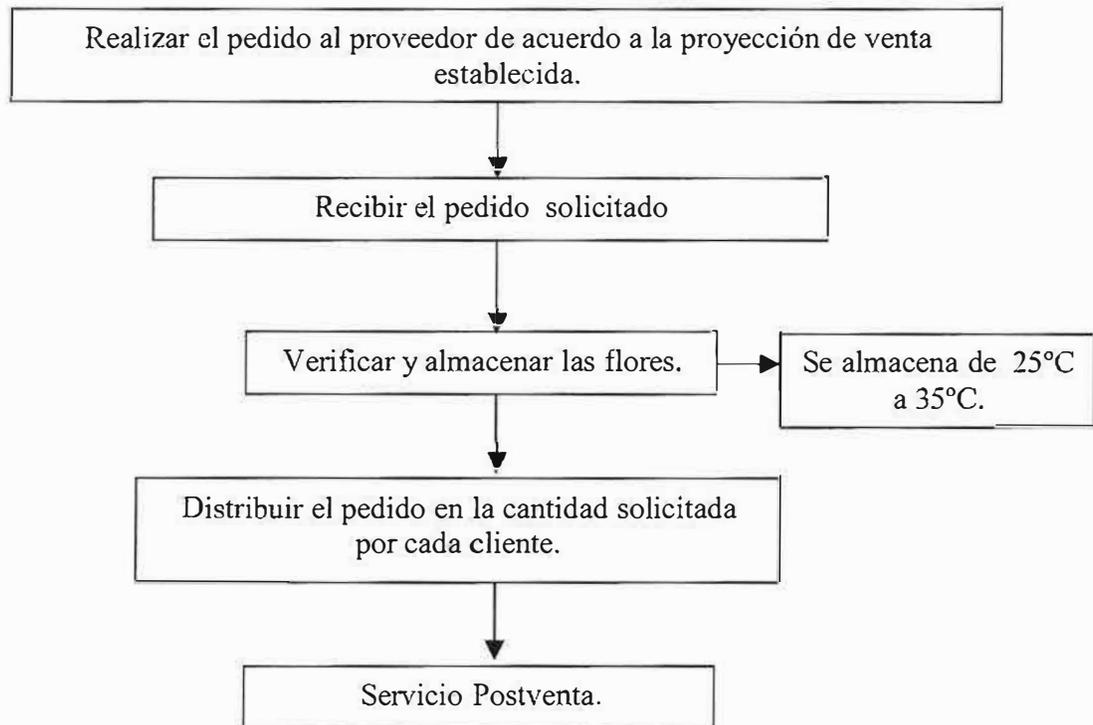
7.3 Estudio técnico.

El presente estudio tiene como fin analizar y conocer cuales son los requerimientos técnicos necesarios, para la puesta en marcha de la empresa distribuidora de Flores de Heliconia en la ciudad de Barranquilla.

Teniendo en cuenta el proceso que utilizara la empresa distribuidora de flores de heliconia se manejara una infraestructura técnica acorde a las exigencias del negocio, debido a que la empresa se dedicara a distribuir y no a producir, por lo tanto el acondicionamiento a utilizar en la empresa es el siguiente.

7.3.1 Descripción del Proceso.

El proceso ha utilizar en el proyecto de Khelico Ltda. Para la distribución de flores de Heliconias es el descrito a continuación.



7.3.2 Descripción del producto.

Las Heliconias son plantas asombrosas no solo por la belleza de sus flores sino por el hecho de lo poco que se sabe acerca de ellas.

La mayor parte de las Heliconias y de más Zingiberales no florecen todo el año, cada especie tiene sus periodos de floración bien definidos, algunas especies florecen un mes al año, otras llegan a florecer hasta 10 meses al año.

Estas flores llegan a estar entre 7 y 25 días en florero. Debido a sus características tales como:

-Peso y Tamaño de la Flor: Estas flores por lo general son demasiado pesadas debido al tamaño que va desde las más pequeñas que miden 5 cm hasta las más grandes con longitudes de 4 Mts.

-Forma de la Flor: Estas flores presentan una forma característica y particular, debido a que muchas crecen en espiral y otras tienen un crecimiento pendular. Lo ideal es evitar al máximo la manipulación de la flor; estas pueden permanecer guardadas en sus cajas hasta 4 días; después de este periodo deben ser exhibidas.

Nunca se debe colocar la flor por debajo de 32°C. La temperatura ideal para mantener la flor por más tiempo es de 25°C, después del corte; por tal motivo se debe acondicionar el almacén para mantener en óptimas condiciones la flor.

7.3.3 Maquinaria y Equipos de Almacenamiento.

Se tendrá disponible un almacén, ubicado en el sector noroccidental de la ciudad de Barranquilla; con medidas de 10 metros de ancho por 12 metros de largo, con un ambiente acondicionado con la temperatura que requieren las flores para mantenerse, mientras son despachadas a los clientes, en donde puedan almacenarse y se mantengan en excelente estado garantizando su calidad; puesto que después que los proveedores suministran las flores de Heliconias se deben distribuir de acuerdo a las cantidades y clases de especies que necesite cada negocio.

7.3.4 Transporte.

Para distribuir las flores a los diferentes negocios, la empresa utilizará inicialmente transporte subcontratado. Se recomienda usar para su transporte materiales que mantengan su humedad, como papel periódico mojado. Además hacer los empaques en forma de embudo con plásticos, asegurándose que no se muevan en el traslado.

Teniendo estas recomendaciones en cuenta a la hora del transporte se pueden apilar las cajas evitando que se muevan durante el viaje.

7.3.5 Distribución del Almacén.

El establecimiento donde se hará realidad la idea de negocio, está distribuido de la siguiente forma:

- Se cuenta con un espacio para las oficinas de los Departamentos con los que cuenta el proyecto:
 - Gerencia
 - Dpto. Administrativo y Financiero
 - Dpto. Logístico
 - Dpto. de Mercadeo
- El lugar está distribuido estratégicamente para facilitar el ingreso del producto a las instalaciones del almacén, de tal forma que se pueda ubicar las flores dentro con toda la comodidad y rapidez que amerita. Ver anexos N° 2.

7.3.4 Estimación del Costo de Inversión del Estudio Técnico.

Equipos de Oficina	\$ 13.850.000
Insumos (por 3 meses)	\$ 900.000
Transporte (Subcontratado por 3 meses)	\$ 3.000.000
TOTAL	\$ 17.750.000

CAPITULO IV

7.4 Estudio financiero

Por medio de este estudio se analizará la viabilidad financiera del proyecto a través de la determinación de la inversión inicial, gastos administrativos e ingresos por ventas. También se establecerá el precio de venta de las flores y así mismo se determinará la viabilidad y rentabilidad del negocio.

Para la constitución de Khelico Ltda. Se requiere de un capital de \$ 67.000.000, que estarán conformados de la siguiente manera: cada uno de los 5 accionistas de la empresa aportarán inicialmente \$ 7.000.000.00 en efectivo que serán utilizados para gastos de constitución y operación. De igual forma se requiere de un préstamo bancario de \$ 32.000.000.

CONDICIONES DE CREDITO

MONTO	\$32.000.000,00
PLAZO	36 meses
TASA DE INTERES ANUAL	18%

7.4.1. Inversión Inicial.

Concepto	Valor
Adecuación de oficinas y bodega (por 3 meses)	\$17.750.000
Compra de materia prima (inventario)	\$30.000.000
Gastos de administración (3 Meses)	\$ 14.000.000
Gastos de ventas (3 meses)	\$ 4.200.000
Gastos de constitución	\$ 1.050.000
TOTAL	\$ 67.000.000

NUMERO DE SOCIOS ASI			FORMA EN QUE SE HIZO EL APORTE SOCIAL		
	%	No. CUOTAS	VR.CUOTA	TOTAL APORTADO	EFFECTIVO
SOCIO A	20%	7000	1.000,00	7.000.000,00	7.000.000,00
SOCIO B	20%	7000	1.000,00	7.000.000,00	7.000.000,00
SOCIO C	20%	7000	1.000,00	7.000.000,00	7.000.000,00
SOCIO D	20%	7000	1.000,00	7.000.000,00	7.000.000,00
SOCIO E	20%	7000	1.000,00	7.000.000,00	7.000.000,00
	100%			35.000.000,00	35.000.000,00

7.4.2 Balance de constitución
KHELICO LTDA.

ACTIVO	
Corriente	
Caja	\$35,000,000.00
TOTAL ACTIVO	<u>\$35,000,000.00</u>
PATRIMONIO	
Capital Social	\$35,000,000.00
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$35,000,000.00</u>

Nota: El Capital social esta constituido por 35,000 cuotas sociales con un valor nominal de \$1,000.00 cada una.

7.4.3 Precio de Venta

$$\text{P.V.} = \frac{\text{Costo de producción} + \text{gastos operacionales}}{\text{Producción estimada}} \times \text{Margen de utilidad}$$

$$\text{P.V.} = \frac{\$120.000.000,00 + \$61.140.000,00}{300.000} \times 1$$

$$\text{P.V.} = \$ 604 \times 1 = 604$$

$$\text{P.V.} = \$ 400 + 604$$

$$\text{P.V.} = \$ 1.004$$

De acuerdo a los ingresos por ventas, costos administrativos, se elaboro el estado de pérdidas y ganancias relacionado a continuación:

7.4.4 Estado de pérdidas y ganancias
Proyectado a un año
KHELICO LTDA

INGRESOS	
Ventas	\$300,000,000.00
TOTAL INGRESOS	\$300,000,000.00
EGRESOS	
Costo de Ventas	\$120,000,000.00

UTILIDAD BRUTA	\$180,000,000.00
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$56,000,000.00
(-) GASTOS DE VENTAS	\$16,800,000.00
UTILIDAD OPERACIONAL	\$107,200,000.00
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$7,200,000.00

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$100,000,000.00
IMPUESTOS (34%)	34,000,000.00
UTILIDAD NETA	\$66,000,000.00

7.4.5 Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio indica la viabilidad que puede tener una empresa a nivel financiero por sus ventas, en unidades de producto, por sus costos, gastos e ingresos.

Esto permite conocer la rentabilidad de la empresa y determinar el punto de equilibrio de ventas en unidades de producto y en unidades monetarias.

$$Q = \frac{C.F}{P.V. - C.V.}$$

$$Q = \frac{80.000.000}{1000 - 400}$$

$$Q = 133.333 \text{ Unidades.}$$

C.F.= Costo fijo

P.V.= Precio de venta unitario

C.V.= Costo de venta unitario

Q= Unidades vendidas

8. PRESUPUESTO

CONCEPTO			VALOR TOTAL
Servicio de Internet	Horas 200	Valor Unitario \$1.000	\$ 200.000
Implementos de Papelería			\$ 100.000
Impresión			\$ 100.000
Transporte			\$ 200.000
Refrigerios			\$ 150.000
Tiempo profesional empleado	Horas 960	Valor Unitario \$3.000	\$2.880.000
TOTAL			\$3.630.000
Imprevistos			\$363.000

9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

	AÑO 2007										
	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Exploración Bibliográfica	X	X									
Elaboración Anteproyecto Preliminar	X	X	X								
Corrección y ajustes			X	X							
Presentación ante proyecto definitivo				X							
muestreo				X							
Trabajo de campo					X						
Procesamiento de datos					X						
Interpretación de datos y análisis							x				
Correcciones								x			
Elaboración informe final								x	x		

CONCLUSIONES

- El estudio administrativo se centra en la viabilidad de la estructura organizacional creada para Khelico Ltda. Esta empresa contara con los departamentos necesarios para su buen funcionamiento. Cada departamento tiene estipulado un manual de funciones que deben ser cumplidas por las personas que se asignen a cada cargo.

La nómina mensual de Khelico Ltda. Tiene un valor de \$ 3.700.000, más otros gastos administrativos que tienen un valor de \$ 1.045.000; estos gastos suman un total de \$ 4.745.000. Los ingresos recibidos por las ventas mensuales en el primer año serán de \$ 13.017.600; lo que significa que los ingresos recibidos podrán cubrir los gastos administrativos mensuales generados por la empresa.

En este estudio se discriminan todos los requisitos necesarios para constituir legalmente una empresa Ltda. Con un capital de trabajo, con \$ 50.000.000 los socios accionistas de esta empresa están actos y dispuestos a cumplir con los requisitos a cabalidad asumiendo un costo total de \$ 1.073.000 para constituir la empresa.

El estudio administrativo de este proyecto de viabilidad resulta satisfactorio para la futura creación de una empresa distribuidora de flores de Heliconia en la ciudad de Barranquilla.

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercados realizado sobre la viabilidad de distribuir flores de Heliconias en la ciudad de Barranquilla, se puede concluir los siguientes puntos:
 1. Se pudo observar que las flores de Heliconias tienen gran aceptación en el mercado, por lo tanto la distribución de las flores de Heliconias es un negocio con gran demanda en la ciudad.
 2. Las variedades más comerciales son las Hel. Wagneriana Roja, la Ginger Shampoo, la Musa Coccinia, la Alpinia roja y la Rostrata. Las principales razones para su comercialización son: duración, belleza, características exóticas y el colorido que brinda a cualquier espacio donde se vayan a exhibir. Lo que significa que son las de mayor rotación y rentabilidad entre este grupo de flores.
 3. También cabe resaltar los diferentes negocios que adquieren las flores de heliconia principalmente de Medellín, Pereira y algunos de los departamentos del Magdalena y Bolívar; por lo tanto se deduce que los negocios no compran flores de Heliconias en el departamento del Atlántico.
 4. El proyecto tiene ventajas comparativas con respecto a la competencia en cuanto al servicio postventas que se brindará a los negocios generando valor agregado a la empresa.
 5. No existe inconvenientes en la consecución de los proveedores de las flores de Heliconias por lo que garantiza un cumplimiento y abastecimiento constante para su funcionamiento.
 6. De acuerdo a los resultados de las encuestas el proyecto sería aceptado por los diferentes negocios del sector, ya que estos están dispuestos a tener negocios con otros proveedores de Heliconias que cumplan con sus expectativas.

Por lo anterior se puede decir que desde el punto de vista comercial el proyecto es viable.

- De acuerdo a los procesos escogidos en el Estudio Técnico, para implementar el funcionamiento de la empresa Khelico Ltda. se pueden resaltar ciertos puntos mencionados a continuación:
 1. El personal necesario para el Dpto. Logístico, es de fácil adquisición, lo que nos permitirá agilizar en el proceso de almacenamiento y distribución de la flor en el almacén.
 2. Los materiales, equipos de oficina y de almacenamiento precisos para el funcionamiento de la empresa Khelico Ltda. no exceden los costos de inversión de los socios.

De acuerdo a lo anterior desde el punto de vista de la Viabilidad Técnica la idea de negocio es material y físicamente viable.

- Después de hacer la evaluación financiera del proyecto, encontramos que esta es positiva, ya que presenta una rentabilidad casi del 100% durante el primer año de operación.

Igualmente se logra establecer de los datos presentados en este proyecto que el punto de equilibrio se logra con ventas de 133.333 unidades al año, el cual dista mucho de las ventas proyectadas en el análisis de mercadeo que son de 300.000 unidades al año, por lo que se puede concluir que el proyecto es viable.

Por tal motivo se puede concluir que el proyecto presenta una rentabilidad positiva, pues el volumen de venta es suficiente para cumplir con los gastos, costos directos e inversiones que se requieren para ponerlo en marcha.

RECOMENDACIONES

Después de haber culminado este estudio se reconocieron varios aspectos que se deben tener en cuenta para poner en marcha la idea de negocio.

Desde el punto de vista comercial se debe introducir nuevos productos que complementen a las flores de Heliconias, como follajes, floreros y algunas flores tradicionales, entre otros.

De acuerdo al estudio de mercado la empresa Khelico Ltda. Podría expandirse a nuevos mercados en las principales ciudades de la costa, tales como Santa Marta, Cartagena, Valledupar, Sincelejo y Montería; de esta manera el posicionamiento de la empresa sería mayor.

Realizar campañas publicitarias para posicionar la marca de la empresa a nivel, local y regional. También para despertar la necesidad de comprar las flores como un elemento más de la canasta familiar como uso de la decoración del hogar.

De acuerdo a la proyección de la empresa se cultivará las flores de Heliconia con el fin de tener nuestra propia producción y brindarles mejores precios a los clientes.

Teniendo en cuenta la visión de la empresa Khelico Ltda. En un futuro se va exportar las flores de Heliconia a los principales países consumidores de flores. Así mismo se realizara un estudio de mercado a nivel internacional para detectar clientes potenciales en el exterior.

Siendo consecuente con la expansión de la empresa Khelico Ltda. En las

principales ciudades de la costa se puede tomar como alternativa tener transporte propio para distribuir el producto a los diferentes negocios, el cual llevará la imagen de la empresa con el fin de posicionar la marca.

BIBLIOGRAFÍA

Revista el Espectador. Así es Colombia, los Municipios. El Espectador, 1995.

Sondeo de mercado internacional de HELICONIAS y follajes tropicales – 2002

<http://www.laprensa hm.com/socarc/9708/s18001 htm>

Estudio de prefactibilidad para el aprovechamiento de flor de platanillo como Alternativa productiva en el municipio de Leguizamo.

PLANTE. Marzo de 2001

Rincón del vago. Floricultura Industria Floral/Exportación – Comercialización

[www.procomer.com/publicaciones/enlace mundial/junio 2001/ index. cfm? que hacer = loadp.age&page=flores](http://www.procomer.com/publicaciones/enlace_mundial/junio_2001/index.cfm?que_hacer=loadp.age&page=flores)

[www.procomer.com/publicaciones/enlace mundial/junio 2001/ index. cfm? que hacer = loadp. Age&page=flores](http://www.procomer.com/publicaciones/enlace_mundial/junio_2001/index.cfm?que_hacer=loadp.Age&page=flores)

www.google.com.co Estudio del perfil de la producción de flores tropicales. Investigación de Flores de Heliconia.

Diccionario de economía y negocios. Espasa Siglo XXI.1999. p.690

SAPAG CHAIN, Nassir.Criterios de Evaluación de Proyectos. 2da Edición. España.Mc Graw Hill de Management.1993.p.14

Ibíd. . 15

Ibíd. p. 14

Diccionario de economía y negocios. Espasa Siglo XXI.1999. p.15

SERRAF, Guy. Diccionario de Mercadotecnia. México. Ed Trillas. 2000.p.99.

Finanzas para no financista. Alberto Barajas Nova

ANEXOS

