

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio
Administración de Empresas



Tema

Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Emprendimiento de Decoraciones y
Arreglos Florales en la Ciudad de Manta

Autora

Delgado Cedeño Melanie Jamileth


Tutor

Ing. Macías Catagua Otto Wagner, Mg.

2024

Manta-Manabí-Ecuador

Certificación del tutor

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de Manta de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante **Delgado Cedeño Melanie Jamileth**, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2024-2025, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es "Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Emprendimiento de Decoraciones y Arreglos Florales en la Ciudad de Manta".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.


Manta, 10 de Diciembre de 2024.

Lo certifico,



Ing. Otto Macías Cafagua, Mg.
Docente Tutor
Área: Administración

Certificación del plagio



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

PARA ANTIPLAGIO

3%
Textos sospechosos

3% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
< 1% entre las fuentes mencionadas


0% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: PARA ANTIPLAGIO.pdf
ID del documento: 9658d34a8f98c0186d612f514ca2ec30d1281c4e
Tamaño del documento original: 1,38 MB
Autores: []



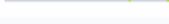

Depositante: Otto Macías Catagua
Fecha de depósito: 9/12/2024
Tipo de carga: Interface
fecha de fin de análisis: 9/12/2024

Número de palabras: 12.411
Número de caracteres: 85.124

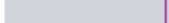


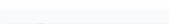
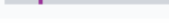
Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.gob.ec Constitución de sociedades por acciones simplificadas Ecuador - Gu... https://www.gob.ec/svcs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (103 palabras)
2	www.superclas.gob.ec https://www.superclas.gob.ec/servicios.php/html	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (95 palabras)
3	www.gob.ec Registro de Marcas de Productos y Servicios Único para personas natu... https://www.gob.ec/svcs/tramites/registro-marcas-productos-servicios-unico-personas-natural... 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (59 palabras)
4	Documento de otro usuario #96a1f El documento proviene de otro grupo 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (50 palabras)
5	elpais.com De profesión, artista floral: fusión de naturaleza y creatividad más allá d... https://elpais.com/estilo-de-vida/2023-08-02/de-profesion-artista-floral-fusion-de-naturaleza-y-cr... 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (42 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #7511e El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
2	www.undp.org El PNUD en Ecuador fortalece el apoyo a las PYMES junto a PRODU... https://www.undp.org/es/ecuador/noticias/el-pnud-en-ecuador-fortalece-el-apoyo-a-las-pymes-jun...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)
3	www.telecomunicaciones.gob.ec Con apoyo internacional, Ecuador se beneficia d... https://www.telecomunicaciones.gob.ec/con-apoyo-internacional	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)
4	latinamericanpost.com La industria floral de Ecuador florece a pesar de los desaf... https://latinamericanpost.com/es/negocios-y-finanzas/la-industria-floricola-de	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (15 palabras)
5	Documento de otro usuario #5a61c El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.sadea.net/blog/redes-sociales-en-las>
- <https://www.gob.ec/dnarp/tramites/inscripcion-constitucion>
- <https://www.elcomercio.com/actualidad/deseempleo-bajas-ventas-liquidez-tesis>
- <https://www.elsaltodiario.com/ecuador/crisis-del-estado-ecuador>
- <https://www.laaudiadeldelcambio.com/decoracion-con-flores>

Autoría del trabajo de titulación

Declaración de autoría

Yo, Melanie Jamileth Delgado Cedeño, con cédula de identidad N° 1315499788, declaro que el presente trabajo de titulación: **"Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Emprendimiento de Decoraciones y Arreglos Florales en la Ciudad de Manta"** cumple con los requerimientos que la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio sugieren, respetando cada uno de los puntos establecidos y siendo meticulosa con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo refleja un desarrollo y diseño original, elaborado bajo la supervisión del tutor académico de investigación. Los criterios vertidos son de mi exclusiva autoría y responsabilidad.



Melanie Jamileth Delgado Cedeño
C.I.: 1315499788
E-mail: melaniejdc7@gmail.com
Teléfono: 0939432251

Aprobación del trabajo

V

Aprobación del trabajo

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema: "Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Emprendimiento de Decoraciones y Arreglos Florales en la Ciudad de Manta" elaborado por la estudiante **Delgado Cedeño Melanie Jamileth**, el mismo que cumple con lo estipulado por los reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firman:



Presidente del tribunal.

Ing. Zambrano Vera Maria Fernanda



Miembro del tribunal

Econ. Heredia Coppiano Genesis Estefania.



Miembro del tribunal

Ing. Quijije Anchundia Diomedes Ricardo

Índice

Certificación del tutor	II
Certificación del plagio	III
Autoría del trabajo de titulación.....	IV
Aprobación del trabajo	V
Dedicatoria.....	XII
Reconocimiento	XIII
Resumen	XV
Abstract	XVI
Introducción	1
1. Determinación de la necesidad	2
1.1 Justificación teórica.....	2
1.2 Justificación práctica	3
2. Descripción del emprendimiento	3
2.1 Descripción del emprendimiento	3
2.1.1 Modelo Canvas	5
2.1.2 Análisis del Modelo Canvas	6
2.2 Localización geográfica	7
2.3 Justificación	8
3. Estudio de Mercado.....	8
3.1 Análisis del entorno	8
3.1.1 Macroentorno	8
3.1.2 Microentorno.....	11
3.2 Metodología de la investigación de mercado	14
3.2.1 Determinación de objetivos de investigación	14
3.2.2 Segmentación de mercado	14
3.2.3 Muestra de investigación	15
3.2.4 Técnicas de investigación	15
3.2.5 Resultados descriptivos de la investigación	15
3.3 Análisis de la demanda.....	26
3.3.1 Características de la demanda.....	26
3.3.2 Proyección de la demanda.....	27
3.4 Análisis de la oferta.....	29

3.4.1 Caracterización de la oferta actual.....	29
3.5 Oportunidad de emprender.....	31
4. Estudio Técnico.....	31
4.1 Tamaño del proyecto.....	31
4.2 Localización del proyecto.....	33
4.3 Ingeniería del proyecto.....	34
4.3.1 Proceso de producción y/o generación del servicio.....	34
4.3.2 Balance de mano de obra y materiales.....	36
4.3.3 Maquinaria y equipo.....	38
4.3.4 Distribución de planta de producción y/o establecimiento de generación de servicio.....	39
5. Estudio Organizacional.....	42
5.1 Visión.....	42
5.2 Misión.....	42
5.3 Estructura organizacional.....	42
5.4 Mapa de procesos.....	42
5.5 Funciones y productos esperados.....	43
5.6 Constitución jurídica.....	45
5.7 Obligaciones tributarias.....	46
5.8 Patentes y licencias necesarias para el emprendimiento.....	47
6. Marketing estratégico.....	48
6.1 Estrategias de producto y diseño.....	48
6.2 Estrategias de precio.....	49
6.3 Estrategias de plaza y canales de distribución. (Alianzas estratégicas).....	50
6.4 Estrategias de promoción.....	50
7. Análisis financiero.....	51
7.1 Presupuesto de inversión.....	51
7.2 Presupuesto de ingresos.....	51
7.3 Presupuesto de egresos.....	52
7.4 Presupuesto de capital de trabajo.....	52
7.5 Estructura de la inversión.....	52
7.6 Estados financieros.....	53
7.6.1 Estado de resultado integral.....	53
7.6.2 Estado de situación general.....	53

7.6.3 Estado de flujo efectivo	54
7.7 Costo de oportunidad.....	55
7.8 Evaluación financiera.	55
7.9 Periodo de la recuperación de la inversión.....	56
7.10 Punto de equilibrio anual.	56
8. Conclusiones.	58
9. Recomendaciones.	59
Bibliografía	60
Anexos	63

Índice de tablas

Tabla 1	5
Tabla 2	14
Tabla 3	27
Tabla 4	27
Tabla 5	30
Tabla 6	32
Tabla 7	32
Tabla 8	33
Tabla 9	36
Tabla 10	37
Tabla 11	38
Tabla 12	38
Tabla 13	38
Tabla 14	39
Tabla 15	44
Tabla 16	51
Tabla 17	51
Tabla 18	52
Tabla 19	52
Tabla 20	52
Tabla 21	53
Tabla 22	53
Tabla 23	54
Tabla 24	55
Tabla 25	55
Tabla 26	56
Tabla 27	56
Tabla 28	57

Índice de figuras

Figura 1	7
Figura 2	15
Figura 3	17
Figura 4	17
Figura 5	18
Figura 6	19
Figura 7	20
Figura 8	21
Figura 9	21
Figura 10	22
Figura 11	23
Figura 12	24
Figura 13	25
Figura 14	26
Figura 15	28
Figura 16	34
Figura 17	34
Figura 18	40
Figura 19	41
Figura 20	57
Figura 21	58

Índice de ilustraciones

Ilustración 1	42
Ilustración 2	43
Ilustración 3	49
Ilustración 4	67
Ilustración 5	68

Dedicatoria

Dedico este trabajo a la persona que a pesar de las dudas y los miedos nunca dejó de esforzarse para llegar hasta aquí. A esa versión de mí que enfrentó cada desafío y creyó en sus sueños. A mí misma, por no rendirme. Esta dedicatoria es un recordatorio de todo lo que soy capaz de lograr cuando confío en mí misma.

Reconocimiento

Agradezco profundamente a mi mamá, cuya dedicación y apoyo incondicional han sido mi mayor fuente de inspiración para la realización de esta tesis. A mi papá, por su constante presencia y respaldo en cada etapa de mi formación académica. Asimismo, extiendo mi gratitud a mi familia, compañeros y amigas, quienes desempeñaron un papel esencial en brindarme su ayuda y motivación para alcanzar este logro. También a aquellos docentes que impartieron su clase con dedicación e inspiraron mi desarrollo a lo largo de estos años.

**Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Emprendimiento de
Decoraciones y Arreglos Florales en la Ciudad de Manta**

Delgado Cedeño Melanie Jamileth

Resumen

El presente estudio de factibilidad tuvo como objetivo analizar la factibilidad de implementar un emprendimiento de arreglos florales en la ciudad de Manta. Para ello, se realizó un estudio de mercado el cual empleó la técnica de la encuesta, la cual fue aplicada a una muestra de 383 habitantes de la ciudad de Manta, en donde se identificó la intención de compra y los hábitos de consumo del público objetivo, además de analizar las principales competencias mediante la matriz del perfil competitivo. Aquellos resultados permitieron desarrollar el análisis técnico que definió el tamaño del emprendimiento, el estudio organizacional que estructuró el negocio, y se plantearon las estrategias de marketing orientadas a posicionar a Casa Floral EMES en el mercado floral de la ciudad de Manta. Se finalizó con el análisis financiero que determinó los costos, ingresos y proyecciones económicas del negocio. Resultando evidenciar la rentabilidad con una Tasa Interna de Retorno de 21%, superando ampliamente el costo de oportunidad del 10.49% y un Valor Actual Neto de \$12,011.24, lo que confirmó que la inversión generará beneficios económicos significativos. Concluyendo que la implementación del emprendimiento es factible y representa una oportunidad viable para atender las necesidades del mercado floral de Manta.

Palabras claves: Estudio de factibilidad; Emprendimiento; Administración de empresas.

Abstract

The objective of this feasibility study was to analyze the feasibility of implementing a flower arrangement business in the city of Manta. To this end, a market study was conducted using the survey technique, which was applied to a sample of 383 inhabitants of the city of Manta, where the purchase intention and consumption habits of the target public were identified, in addition to analyzing the main competencies through the competitive profile matrix. Those results allowed the development of the technical analysis that defined the size of the enterprise, the organizational study that structured the business, and the marketing strategies aimed at positioning Casa Floral EMES in the floral market of the city of Manta. It ended with the financial analysis that determined the costs, income and economic projections of the business. The result showed profitability with an Internal Rate of Return of 21%, far exceeding the opportunity cost of 10.49% and a Net Present Value of \$12,011.24, which confirmed that the investment will generate significant economic benefits. Concluding that the implementation of the enterprise is feasible and represents a viable opportunity to meet the needs of the floral market in Manta.

Keywords: Feasibility study; Entrepreneurship; Business administration.

Introducción

Los emprendimientos representan una alternativa estratégica para impulsar el desarrollo económico local, fomentar la generación de empleo y satisfacer la demanda de mercados específicos. El presente estudio de factibilidad busca analizar la viabilidad económica, técnica, y operativa de un emprendimiento dedicado a la elaboración y comercialización de arreglos florales en la ciudad de Manta.

En la actualidad, el mercado de arreglos florales ha evolucionado por factores como las tendencias, el diseño, la personalización y la sostenibilidad. En este sentido, este proyecto propone una oferta diferenciada que combina estos factores a través de arreglos florales con flores naturales y flores artificiales a través de la comercialización en línea por redes sociales y un sitio web.

Este estudio inicia describiendo el emprendimiento a través del modelo Canvas, resaltando los elementos claves que lo conforman. Continuando con un análisis de mercado para determinar la demanda y la oferta, un estudio técnico que aborda los aspectos operacionales del negocio, y un estudio organizacional que define la estructura del emprendimiento. Además, se presentarán estrategias de marketing para posicionar el emprendimiento en el mercado y un análisis financiero que permita determinar la rentabilidad del proyecto.

Estos estudios servirán como una guía integral para la toma de decisiones, proporcionando fundamentos sólidos para evaluar la sostenibilidad, el impacto potencial del negocio, minimizando riesgos y aprovechando oportunidades del mercado, estableciendo la viabilidad del emprendimiento y la correcta implementación.

1. Determinación de la necesidad

1.1 Justificación teórica

Las flores son un elemento que se encuentran en importantes celebraciones, como lo son eventos empresariales, bodas, aniversarios, cumpleaños, navidad, citas especiales, el día del amor y la amistad y un sin fin de momentos gratos en la vida.

Es un área que se encuentra en constante cambio a las nuevas tendencias y modas, yendo más allá de solo adquirirlas por su olor o belleza, sino que además ahora se tiene en cuenta texturas, colores, empaques, diseños, y muchos detalles que antes no se le tenían importancia (LA audacia del Cambio, 2023).

Muñoz (2023) comenta que “es un sector en evolución donde la creatividad ha impulsado una nueva forma de negocio articulado en torno al arte floral en todas sus formas”. A su vez expresa que “las floristerías de siempre conviven con espacios que ponen en valor la imaginación a la hora de crear composiciones florales sorprendentes” Demostrando que en la actualidad se ha dejado un poco atrás el tradicional bouquet, cediéndole terreno al diseño floral de una forma más artística.

Esto se ve presente en el artículo La Revolución del Diseño Floral Latinoamericano escrito por Frances (2022) en donde se evidencia el creciente mercado latinoamericano por su amplia diversidad floral, mencionando además que “la disciplina creativa del diseño floral lleva años en proceso de desarrollo, y hoy más que nunca, enaltece ese factor cultural apegado a su elemento principal: la flora latina”. De igual manera, el artículo hace énfasis en la evolución de los artistas involucrados en el diseño floral y el cómo con relación a la demanda actual han adoptado una propuesta más estética y fresca, involucrando diversas disciplinas como la fotografía y el arte plástico, ofreciendo como resultado un producto diferente a través de creaciones vanguardistas.

El surgimiento de nuevos proyectos y negocios centrados en las flores ofrece esperanza y evidencia que el arte floral es una forma de reintegrar la naturaleza en la vida de las personas agotadas por el entorno urbano de las grandes ciudades (Muñoz, 2023). Considerando estos aspectos, surge el beneficio de establecer emprendimientos alrededor de la decoración y arreglos florales, debido a que las flores no solo aportan vitalidad a los espacios, sino que su textura, fragancia, colores y formas tienen el poder de embellecer y enriquecer eventos,

espacios y diversas decoraciones, resaltando la importancia y el valor estético que aportan a cualquier ambiente (LA audacia del Cambio, 2023).

1.2 Justificación práctica

La práctica contemporánea del arte floral es muy diversa, así lo demuestran algunos negocios de decoraciones y arreglos florales, creadas por artistas y diseñadores de Latinoamérica (Vaisman, 2022).

En Colombia, Juliana Bustillo, fundó Ora The Floral Agency con el propósito de mostrar toda la variedad de flores que se producen en su país. Destacando por ello y por estar en constante innovación (Vaisman, 2022).

En Perú, se destacan marcas florales, como Sumaq y Efimero, que colaboran con proveedores confiables, garantizando un trato equitativo a todos los integrantes de la comunidad de floristas, reconociendo y respetando su labor. Evitan utilizar espuma floral y envoltorios de plástico en sus arreglos, enfocándose principalmente en ser sustentables y responsables en sus procesos (Frances, 2022). De igual manera, Lía Lázaro, logró destacarse por sus diseños íntimos y delicados, logrando compartir sus arreglos florales en editoriales, restaurantes y museos (Vaisman, 2022).

La argentina Vero Farías con su estilo descontracturado y vintage, ganó reconocimiento por emplear yuyos, hierbas y chala de maíz, así como materiales secos, a los cuales les aplica tintes naturales elaborados con cúrcuma, curry o remolacha. Convirtiendo sus arreglos florales en obras florales que no solo despiertan una emoción visual, sino que son una experiencia sensorial completa (Vaisman, 2022).

Casa Delirio ubicada en México, creada por Sofia Basave, tiene una trayectoria de doce años creando arreglos florales e instalaciones monumentales, logrando un gran alcance y más aún durante pandemia, donde se destacó por enviar arreglos a domicilio conectando a la gente que se encontraba separada mediante mensajes de amor y nostalgia que acompañaban sus arreglos florales (Vaisman, 2022).

2. Descripción del emprendimiento

2.1 Descripción del emprendimiento

EMES Casa Floral es un emprendimiento de decoraciones y arreglos florales que se destacará por su originalidad y modernidad en cada uno de sus diseños. El núcleo del

emprendimiento reside por la pasión de querer resaltar la belleza de la variedad de flores naturales que se encuentran en el Ecuador. Además, por su flexibilidad y adaptabilidad, ofreciendo también la opción de flores artificiales. Por lo que, ya sea que el cliente prefiera la frescura y fragancia de las flores naturales o la durabilidad y versatilidad de las flores artificiales, EMES Casa Floral estará comprometida a proporcionar un producto y servicio memorable, único e irrepetible a cada uno de sus clientes según sus expectativas y deseos.

2.1.1 Modelo Canvas

Tabla 1

Modelo Canvas

<p>Asociados claves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vendedores de materia prima e insumos - Servicio de transporte 	<p>Actividades claves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño y creación de arreglos florales - Gestión de pedidos y logística de entrega - Mantenimiento de inventario de flores y suministros - Movimiento en redes sociales y sitio web <p>Recursos claves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Materia prima - Insumos - Diseñadora - Lugar de producción - Transporte 	<p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se destaca la variedad de flores que se encuentran en el Ecuador - Flores naturales y artificiales - Personalización y asesoramiento según la necesidad y preferencia del cliente 	<p>Relación con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención y asesoramiento al cliente por mensaje - Presencia activa por Redes sociales - Sitio web <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redes Sociales - Sitio web - Recomendaciones de clientes 	<p>Segmento de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personas y empresas que deseen decoraciones y arreglos florales para una variedad de eventos y ocasiones personales
<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costos de materia prima - Costos laborales - Servicios básicos 		<p>Fuente de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ventas de arreglos florales por redes sociales y sitio web 		

Nota: Elaboración propia

2.1.2 Análisis del Modelo Canvas

EMES Casa Floral se enfocará en aquellos clientes que deseen decoraciones o arreglos florales para su hogar, pequeñas reuniones íntimas o grandes instalaciones de flores en eventos, dirigiéndose a un amplio espectro de clientes que valoren la calidad y la personalización en sus diseños florales.

La propuesta de valor de EMES Casa Floral se enfoca en destacar la gran diversidad de flores que se encuentran en el Ecuador, ofreciendo diseños personalizados e irrepetibles con flores naturales como artificiales según la necesidad o deseo del cliente.

Nuestras redes sociales, nuestro sitio web y las recomendaciones de los clientes serán los canales que nos permitirán facilitar tanto la distribución como la comunicación. Asimismo, estos medios permitirán una comunicación directa por medio de mensajes, logrando un servicio personalizado al momento de realizar un pedido, permitiendo forjar y mantener una relación con los clientes.

La fuente de ingresos de EMES Casa Floral procederá principalmente de las ventas de arreglos florales a través de sus redes sociales y su sitio web. Estas ventas serán el motor principal de ingresos para el negocio, generando ganancias a partir de la venta de productos terminados a los clientes.

Para lograr aquellos productos terminados es indispensable que se cuente con la materia prima como lo son; las flores naturales y artificiales, asimismo, sus insumos como; tijeras, jarrones, malla de gallinero, tape floral, etc., la diseñadora, el lugar de producción, y el transporte. Estos recursos claves serán necesarios para la creación y entrega de los productos, garantizando la disponibilidad de materiales e insumos, habilidades de diseño, espacio de trabajo adecuado y un medio confiable para el transporte de productos terminados.

Las actividades claves que nos permitirá operar de manera exitosa, ya mencionadas en el modelo canvas, son fundamentales para lograr la calidad y puntualidad al momento de la entrega del producto final, a su vez, nos permitirá tener una presencia activa y atractiva para atraer y mantener a los clientes.

Para lograr aquellas actividades EMES Casa Floral se enfocará en vincularse con socios que ofrezcan la mayor variedad de flores del Ecuador, fortaleciendo alianza con socios que nos garanticen variedad, calidad, y seguridad al momento de proporcionarnos nuestra principal

materia prima. Por otro lado, el servicio de transporte será clave cuando sea necesario que nuestros arreglos lleguen a la ubicación final.

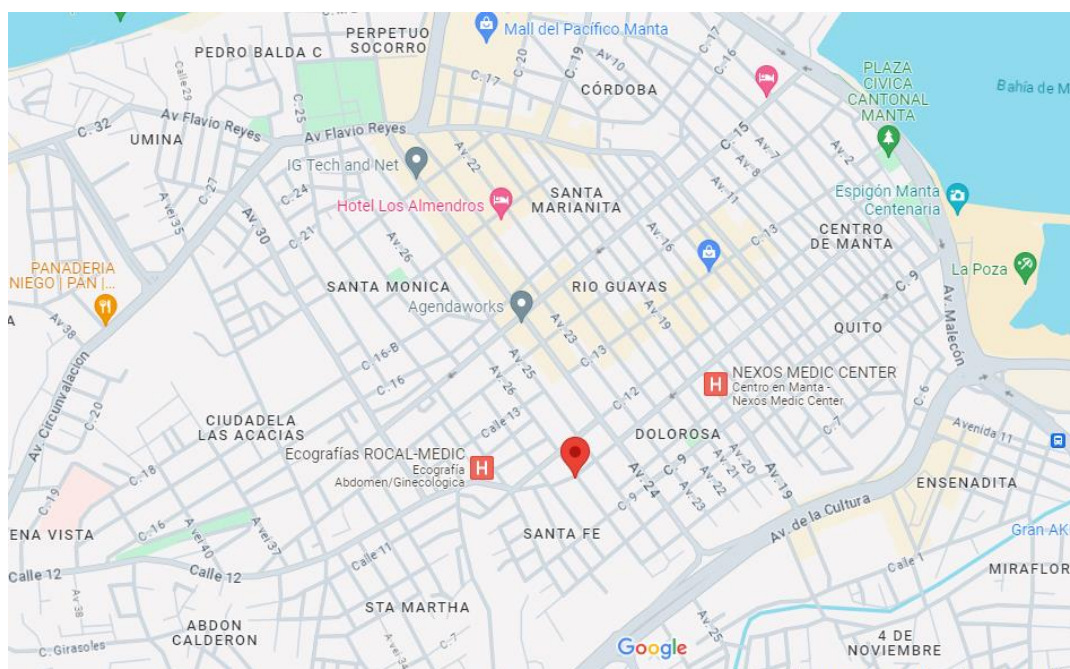
Por último, la estructura de costos está compuesta por los costos asociados con la adquisición de materia prima e insumos que se requerirán ya antes mencionados, los costos laborales asociados con la mano de obra necesaria para la creación de arreglos, y el pago de los servicios básicos como lo son la luz, el agua, el internet, y los servicios necesarios para el negocio.

2.2 Localización geográfica

El estudio de factibilidad que se implementará para el emprendimiento estará ubicado en la provincia de Manabí, en la ciudad de Manta. El ámbito de gestión se enfocará en brindar servicios de manera en línea a través de una página web y redes sociales para la venta de arreglos florales, permitiendo una clientela más amplia en donde se abarcará a todos los clientes locales de esta ciudad, sin embargo, el taller donde se encontrarán los insumos y materiales para la realización de los arreglos estará ubicado de manera física en la ciudad de Manta.

Figura 1

Ubicación del taller de Casa Floral EMES



Nota: Localización donde se encontrará el taller con los insumos y materiales para la realización de los arreglos florales ubicado en Manta, Ecuador. Tomada de Google Maps, 2024.

2.3 Justificación

En la actualidad, los consumidores buscan productos y servicios en donde no solo se satisfagan sus necesidades, sino que además les brinden una experiencia destacada e inigualable. En este contexto, surge la oportunidad de crear un emprendimiento de arreglos florales innovador y vanguardista que se diferencie de lo tradicional.

El presente emprendimiento surge de la experiencia vivida al no encontrar decoraciones y arreglos florales fuera de lo común y está ligado a la necesidad de ofrecer algo diferente a la comunidad. Por lo que, no solo se beneficiará el cliente, sino que también se contribuirá al desarrollo económico y social al fomentar la innovación en la ciudad de Manta.

Al llevar a cabo este proyecto, se tomará en cuenta aspectos claves como el estudio del entorno, el estudio técnico, el estudio organizacional, estrategias de marketing y el análisis financiero. Por ende, servirá como base e inspiración para futuros estudiantes y emprendedores que quieran incursionar en este sector.

En conclusión, el presente proyecto se justifica mediante la oportunidad de satisfacer la necesidad de ofrecer arreglos florales fuera de lo convencional, complaciendo a una sociedad contemporánea más exigente centrada en la calidad e innovación. Además, de que sirva como referencia para aquellos emprendedores que necesiten una estructura o ejemplo de emprendimientos en este sector.

3. Estudio de Mercado

3.1 Análisis del entorno

3.1.1 Macroentorno

Para poder analizar el macroentorno de manera efectiva se utilizará el análisis PESTAL en el que se examinarán los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales del entorno del emprendimiento.

Político

➤ *Inestabilidad política del país*

Al igual que otros países en Latinoamérica, el Ecuador ha enfrentado problemas como el narcotráfico, la inseguridad, la deslegitimación y la corrupción. Estos problemas a lo largo de la historia toman a la política como protagonista y la vuelve inestable (Rojas, 2023). En el

Ecuador se ha estado atravesando una crisis interna que amenaza la supervivencia del Estado. Desde el 2021, la democracia ecuatoriana se enfrenta a una situación de excepción debido a una crisis de seguridad que se ha vuelto insostenible (García, 2024).

➤ *Apoyo del país a las PYMES*

El Banco Mundial en conjunto con la Corporación Financiera Nacional firmó un crédito de 300 millones dirigido a los proyectos de las MiPymes, este crédito según Primicias (2023) “servirá para la ampliación del número de préstamos a las pymes, con una tasa de interés variable, reembolsable en 20 años y con un periodo de gracia de 3.5 años”.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Ecuador finalizó un proyecto de asistencia técnica con PRODUBANCO, que tuvo como objetivo fortalecer su apoyo a las pymes a través de servicios no financieros, fortaleciendo las condiciones financieras, administrativas y productivas de las pymes, promoviendo su sostenibilidad y resiliencia (PNUD, 2024).

El Plan de Digitalización de las MiPymes fue impulsado por el Gobierno Nacional en conjunto con el apoyo de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y la empresa tecnológica Kolau, permitiendo a las pymes crear de forma gratuita sus propias páginas web, ampliando sus fronteras comerciales y potenciando sus actividades productivas utilizando plataformas digitales (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2020).

Económico

➤ *Decrecimiento de la economía del país por la inseguridad*

El aumento de la inseguridad por la delincuencia y el narcotráfico ha experimentado un crecimiento exponencial en el Ecuador. Esto ha resultado en una disminución de los márgenes de ganancia, un reporte de Inteligencia Empresarial indica que desde julio de 2023 las ventas mensuales de los locales han disminuido, oscilando entre un -0.9% y un -1.5% durante el segundo trimestre de ese año. (La Hora, 2023). Según datos del Servicio de Rentas Internas (SRI), para el primer bimestre del 2024 las ventas locales disminuyeron un 1.1% en comparación con el periodo del año anterior. La mayor caída ocurrió en enero, debido a la violencia y los toques que obligaron al cierre temporal de muchos negocios (El Comercio, 2024).

➤ *Bajo poder adquisitivo por el desempleo*

El desempleo, la caída de las ventas y la falta de liquidez son algunos efectos que han complicado la economía en el Ecuador. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en febrero de 2024, la tasa de desempleo en el país se situó en el 4.2%, un aumento del 0.3% en comparación con el mismo mes de 2023, cuando era del 3.9% (El Comercio, 2024). Además, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) destaca que en América Latina y el Caribe, la informalidad y la reducción del poder adquisitivo de los trabajadores están en aumento (La Hora, 2023).

Social

➤ *Relevancia cultural*

Además de ser imprescindibles en muchos momentos especiales y brindar una estética especial, las flores en el Ecuador, como se menciona en The Latin American Post Staff Send (2024) “tienen un peso simbólico dentro de las tradiciones y el folclore” puesto que, las flores hacen presencia en eventos culturales como el festival Inti Raymi, rindiendo homenaje al sol y celebrando la cosecha. Asimismo, en Ambato en la Fiesta de la Fruta y de las Flores. Incluso en las comunidades indígenas han utilizado por mucho tiempo diversos tipos de flores como medicina tradicional. Demostrando que “Más allá de ocasiones puntuales, las flores son una expresión omnipresente de afecto en la cultura ecuatoriana” (The Latin American Post Staff Send, 2024)

Tecnología

➤ *La promoción en internet utilizando las redes sociales.*

El 95% de las personas que integran las MiPymes en la ciudad de Manta y entre otras ciudades, consideran que el uso de las TIC, especialmente el Internet, ha mejorado la gestión de sus emprendimientos (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2013). Según Armas (2022) “las redes sociales influyen en las decisiones de compra” indicando lo importante que las Pymes comprendan que estas plataformas son herramientas efectivas de marketing y publicidad para alcanzar un público objetivo, conectando con los consumidores en todas las etapas del proceso de compra y facilitando la promoción de nuevos productos o servicios.

➤ *Comercio electrónico*

Luis Almagro menciona que “Es vital optimizar las herramientas tecnológicas y participar en el comercio electrónico ya no es un lujo, es una necesidad” (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2020). En la actualidad, las pymes pueden acceder de forma gratuita a la página de Kolau y crear una página web para potenciar sus actividades productivas.

Ambiental

➤ *Diseño floral sustentable*

Durante décadas se ha utilizado la espuma floral para realizar arreglos florales, sin embargo, científicos han encontrado que el producto es dañino para el medio ambiente y las personas. Por estas razones han aparecido mejores opciones al momento de realizar arreglos. Los TerraBricks son una alternativa hecha a base de coco que puede compostarse que sirve para absorber el agua manteniendo las flores hidratadas. Otra opción es el Oshun Pouch, una bolsa que contiene un material compostable que se expande al contacto con el agua. Asimismo, otras alternativas son las ranas florales, la malla gallinera, y el uso de piedras o cuentas decorativas en el jarrón (EsHowto, s.f.).

Legal

Ecuador establece varias leyes y decretos para la floricultura, principalmente en el área de la exportación. Sin embargo, para la comercialización nacional, no hay normativas o leyes que limiten o aporten a la venta de arreglos florales.

3.1.2 Microentorno

Para analizar el microentorno del emprendimiento se utilizará el análisis PORTER. Según los autores Arthur A. Thompson, Margaret A. Peteraf, John E. Gamble y A. J. Strickland III (2012) “Este modelo sostiene que las fuerzas competitivas que afectan la rentabilidad de la industria trascienden la rivalidad entre competidores e incluye presiones que nacen de cuatro fuentes coexistentes”.

Amenaza de nuevos ingresos

Al necesitarse una inversión inicial relativamente baja, al tener un acceso fácil a proveedores de flores, y al requerir un conocimiento técnico básico, la barrera de entrada no es tan alta para este tipo de emprendimiento, por lo que, estas condiciones permiten que sea

accesible para que nuevos emprendedores inicien y mantengan un emprendimiento de arreglos florales.

Al existir una barrera de entrada baja las personas con un capital significativo pueden llegar a estar interesados y serle fácil entrar al mercado.

Al ser un mercado muy amplio en el que los negocios ya establecidos se centran en sus nichos de mercado y a sus clientes leales, no existe una oposición al ingreso de nuevos competidores.

Se puede concluir, debido a los indicadores mencionados que la amenaza de nuevos ingresos es fuerte, por lo que existe una alta amenaza por los nuevos participantes potenciales al momento de querer ingresar al mercado. Esto representa una alta amenaza para la rentabilidad ante nuevos ingresos. Por esto se debe tener en cuenta la constante innovación y mejora de los servicios para establecer una posición fuerte y competitiva ante los nuevos ingresos.

Rivalidad de los competidores existentes

Los productos que se encuentran en el mercado de los arreglos florales presentan una débil diferenciación. La mayoría de los competidores ofrecen arreglos similares, careciendo de una diferenciación entre un emprendimiento y otro.

El mercado está compuesto en gran parte por florerías locales y negocios familiares, por lo que pocos tienen una ventaja significativa sobre los demás, existiendo competidores del mismo tamaño y capacidad, que compiten principalmente en atraer cliente a través de precios, promociones y calidad.

Debido a que solo se requiere mantener un inventario pequeño y fresco, sin necesidad de grandes espacios de almacenamiento, incluso se puede trabajar en espacios pequeños o desde casa, los costos de almacenamiento no llegan a ser tan alto. Además de requerir solo de servicios básicos como electricidad, agua, aire acondicionado e internet la eficiencia y flexibilidad del negocio contribuyen a mantener bajos costos.

Al tener dos indicadores mayores y uno menor se concluye que la rivalidad de los competidores existentes es fuerte, dado que muchos lugares son de tamaño similar y ofrecen productos similares. Esta situación afectaría drásticamente la reducción de los márgenes de

ganancia debido a la batalla por la participación en el mercado, lo que puede tener impactos significativos en la rentabilidad y la estructura competitiva.

Amenaza de productos sustitutos

En cuanto a los arreglos florales existen muchos sustitutos como las flores elaboradas a mano con cintas, con crochet, entre otros elementos que las hacen más duraderas. Asimismo, existen decoraciones en donde se sustituye las flores por elementos como globos u otros en relación con la dinámica de la decoración.

Existen arreglos con productos adicionales como botellas de vino, postres, tazas, etc. Lo que hace que estos productos sustitutos tengan un precio elevado.

Al existir un indicador mayor y un indicador menor respecto las presiones competitivas provenientes de los sustitutos, se concluye que el nivel de fuerza es moderado. Por lo que no existe una alta competitividad entre estos productos sustitutos y los arreglos y decoraciones florales que se piensa ofrecer, debido a que se piensa abarcar las opciones de la durabilidad de las flores artificiales y la diversidad de flores naturales.

Poder negociador de los compradores

Al haber una falta de diferenciación en el mercado de arreglos florales los compradores tienen un mayor poder negociador al poder comparar precios fácilmente y cambiar de negocio sin incurrir en costos significativos.

Al ser más un lujo que un producto o servicio de primera necesidad, los compradores pueden postergar su compra y adquirir está en temporada de descuentos o negociar condiciones sin presión de una compra inmediata.

Se puede concluir que al tener dos indicadores mayores la fuerza de las presiones competitivas provenientes del poder de negociación de los compradores es alta. Es decir, los compradores ejercen una fuerte presión competitiva.

Poder negociador de los proveedores

El producto clave, en este caso las flores naturales y artificiales es esencial para la elaboración del producto final. Por lo cual, se necesita de proveedores seguros para la continuidad de las operaciones.

Al tener la disponibilidad de una gran variedad de suministros, la abundancia de productos transfiere el poder de negociación a los compradores, ya que los proveedores compiten entre sí para asegurar ventas.

Al haber varios proveedores disponibles en el mercado se puede diversificar las fuentes de suministro y mitigar el riesgo de interrupciones en el abastecimiento de flores u otros materiales. Además, se tendría la libertad de elegir entre una variedad de proveedores y negociar términos más favorables.

En conclusión, al tener solo un indicador mayor y dos débiles existe una fuerza débil del poder negociador del proveedor, por lo que al tener una disponibilidad de múltiples proveedores mitigan el poder de los proveedores, lo que aumenta la influencia en la rentabilidad.

3.2 Metodología de la investigación de mercado

3.2.1 Determinación de objetivos de investigación

- Determinar la intención de compra y los hábitos de consumo del público objetivo de la ciudad de Manta a través de encuestas.
- Identificar los principales competidores en la ciudad de Manta mediante la matriz del perfil competitivo.

3.2.2 Segmentación de mercado

Según Philip Kotler (2013) la segmentación de mercado es el proceso de dividir a los consumidores según sus distintas necesidades, características y comportamientos, llegando así a ser clasificados en base a factores geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales.

Tabla 2

Segmentación de mercado

Variables	Factores	Clasificación General	Cuantificación
Geográfica	Ciudad	Manta	270.960 habitantes
Demográfica	Edad	Mayor a 20 años	181,234 habitantes
Psicográfica	Clase social	Mayor a 20 años NO pertenecientes a NBI	128,656 habitantes

Nota. Para las variables de la segmentación del mercado se ha tenido en cuenta las variables propuestas por Philip Kotler. Elaboración propia. Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) - Componente de Metodología y Análisis – CPV 2022

3.2.3 Muestra de investigación

Según la variable psicográfica de la segmentación de mercado hay 128,656 habitantes en la ciudad de Manta mayores a 20 años no pertenecientes a la Condición de Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfecha (NBI) según la INEC, partiendo de ese valor numérico se utiliza la siguiente fórmula para poblaciones finitas para calcular la muestra de la investigación.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * (1 - p)}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * (1 - p)}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población 128,656

Z= Nivel de confianza deseado 95%= 1,96

e= Porcentaje de error tolerado 0.05

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado 0.5

q= Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado 0.5

$$n = \frac{128,656 * 1,96^2 * 0,50 * (1 - 0,50)}{0,05^2 * (128,656 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * (1 - 0,50)}$$

$$n = 383,02$$

De acuerdo con el resultado obtenido el tamaño de la muestra es de 383 encuestados.

3.2.4 Técnicas de investigación

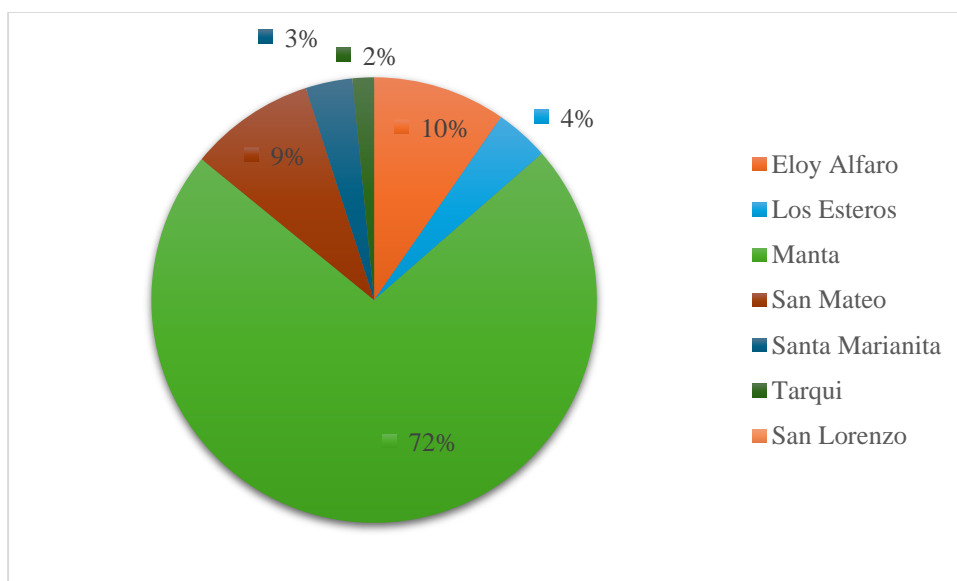
Para llevar a cabo este estudio de mercado se utilizará como técnica de investigación la encuesta, la cual contará con 13 preguntas cerradas y se realizará a 383 personas de la ciudad de Manta.

3.2.5 Resultados descriptivos de la investigación

Una vez recopilados los datos a través de las encuestas, se representaron en gráficos circulares con sus respectivos porcentajes, con el objetivo de interpretar como sistematizar los resultados obtenidos.

Figura 2

P01: ¿En qué parroquia de la ciudad de Manta vive?

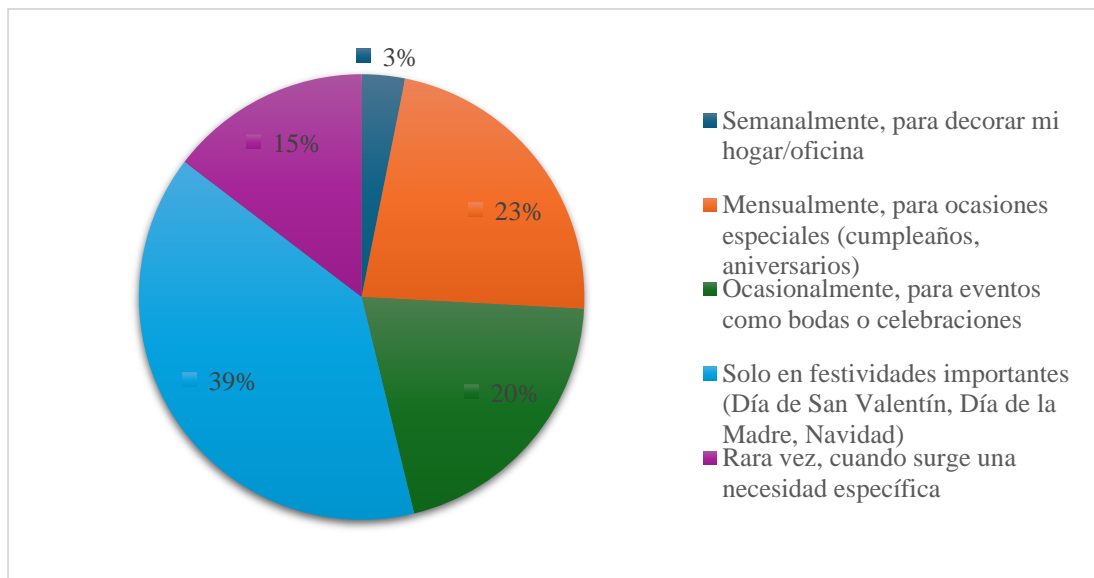


Interpretación y Análisis

Los resultados de la primera pregunta reflejan que el mayor porcentaje de encuestados con un 72% residen en la parroquia de Manta, por otro lado, la parroquia de Eloy Alfaro representa el 10% de la población encuestada, mientras que San Mateo un 9% y otras parroquias con cifras menores. Si bien estos porcentajes son menores a comparación con la parroquia de Manta, representan un porcentaje significativo e importante para la localización del emprendimiento, de esta forma se puede llegar a priorizar un menor costo de entrega y mayor posibilidad de visibilidad de la marca.

Figura 3

P02: ¿Con qué frecuencia y en qué ocasiones suele comprar arreglos florales?

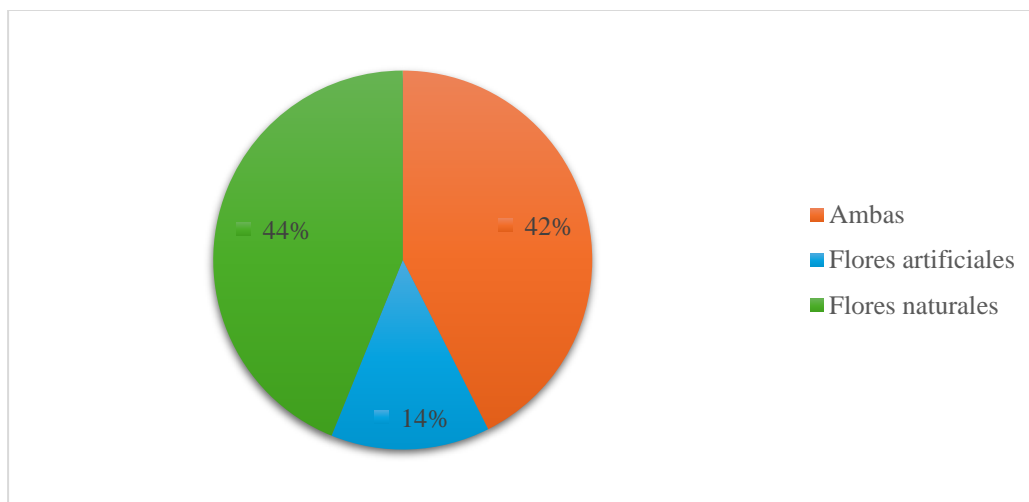


Interpretación y Análisis

Los resultados de la pregunta dos demuestran que el 39% de los encuestados frecuentan comprar arreglos florales solo en festividades importantes como el Día de San Valentín, Día de la Madre, Navidad y otras celebraciones significativas. Por otro lado, el 23% suelen adquirir arreglos florales mensualmente, el 20% ocasionalmente, el 15% rara vez, mientras que solo el 3% semanalmente. Aquello demuestra que el mercado objetivo se compone principalmente de clientes estacionales, sin embargo, los porcentajes menores ofrecen la oportunidad de ventas constantes que pueden ser desarrolladas a través de estrategias de fidelización y promociones.

Figura 4

P03: ¿Qué tipos de flores prefiere en sus arreglos florales?

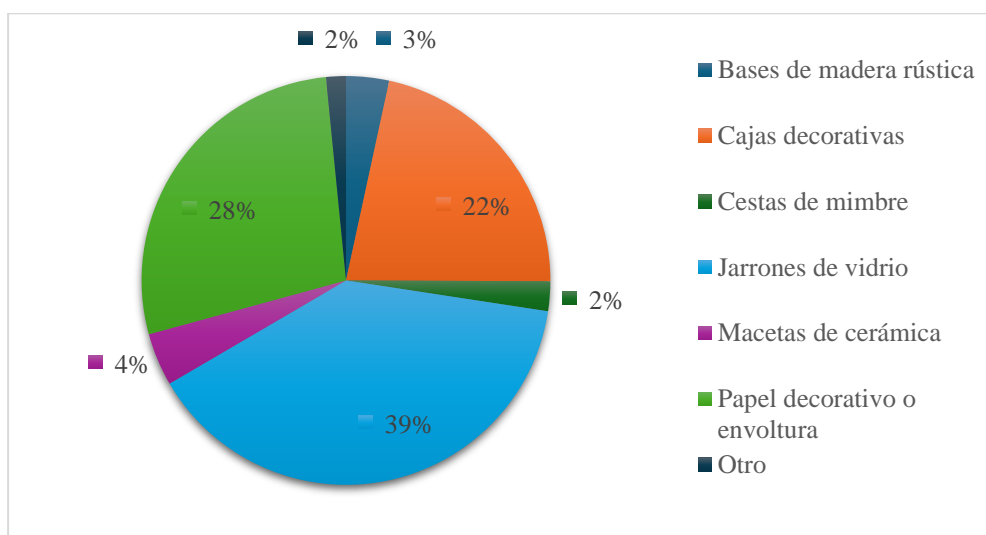


Interpretación y Análisis

Los resultados de la pregunta indican que el 44% prefiere exclusivamente flores naturales en sus arreglos florales, mientras que el 14% prefiere flores artificiales, sin embargo, el 42% indicó que prefieren ambas opciones. Esto evidencia que principalmente la mayoría muestra preferencia por los arreglos con flores naturales, pero a su vez también existe la preferencia por la durabilidad de las flores artificiales, indicando así que se debe priorizar una oferta amplia de flores naturales con un portafolio adicional de arreglos con flores naturales, para poder capturar este mercado diverso y maximizar el negocio.

Figura 5

P04: ¿Cuál es el tipo de recipiente o base que normalmente prefiere cuando compra arreglos florales?

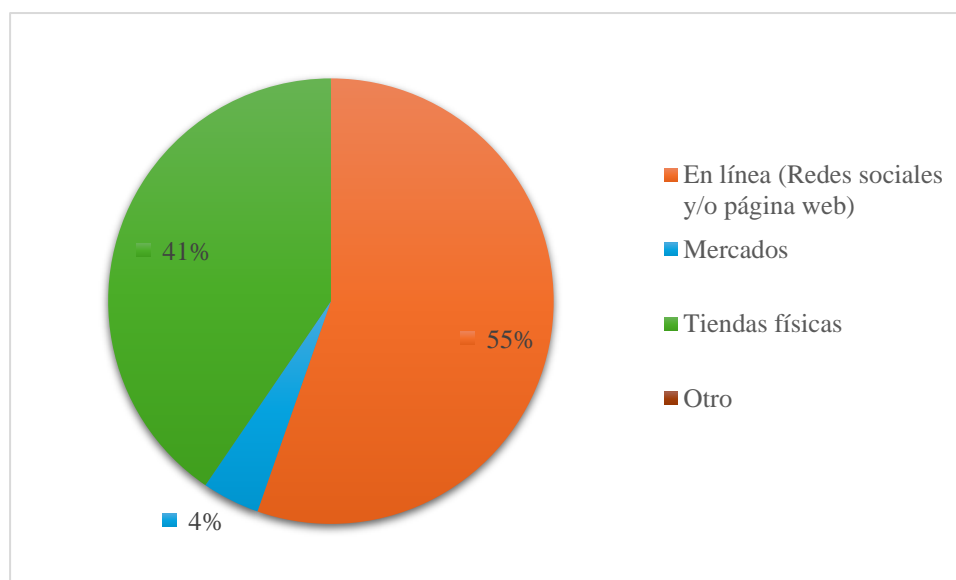


Interpretación y Análisis

Los resultados destacan que el tipo de recipiente preferido por los encuestados son los jarrones de vidrio con el 39%, el 28% representa a los que prefieren el papel decorativo o envoltura, y el 22% a los que prefieren cajas decorativas. Esto indica que una gran parte de los encuestados valoran la presentación y elegancia de los arreglos en jarrones de vidrio, prefiriendo la calidad y durabilidad. Por otro lado, el papel decorativo o envoltura al igual que las cajas decorativas representan una opción de base más versátil y accesible.

Figura 6

P05: ¿Qué canales de compra prefiere para adquirir arreglos florales?

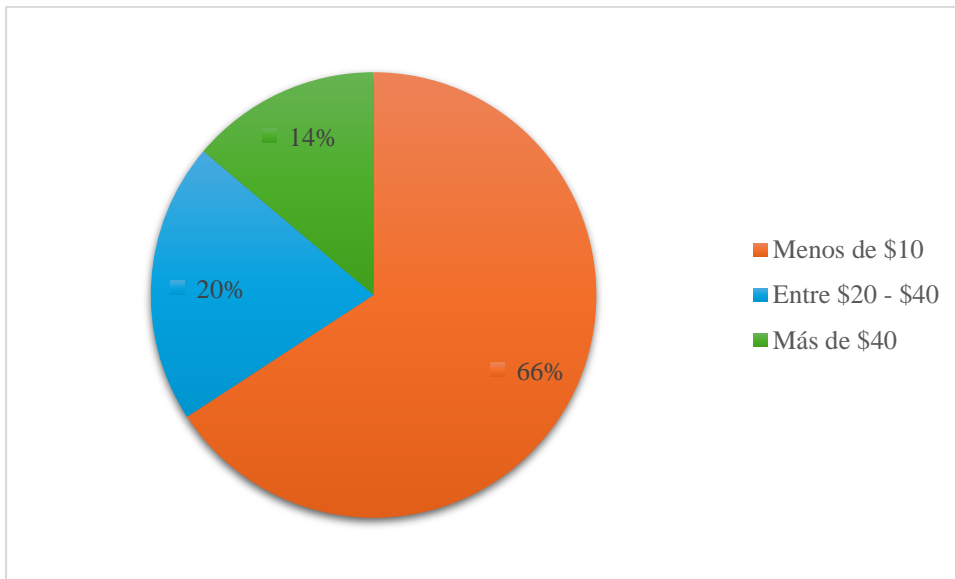


Interpretación y Análisis

Los resultados demuestran que el 55% de los encuestados prefieren adquirir arreglos florales en línea, demostrando una inclinación marcada hacia la comodidad y accesibilidad de las plataformas digitales en la actualidad. Mientras que el 41% de los encuestados indicó preferir tiendas físicas, lo que destaca la importancia de contar con un punto de venta físico para aquellos que valoran la experiencia de compra presencial.

Figura 7

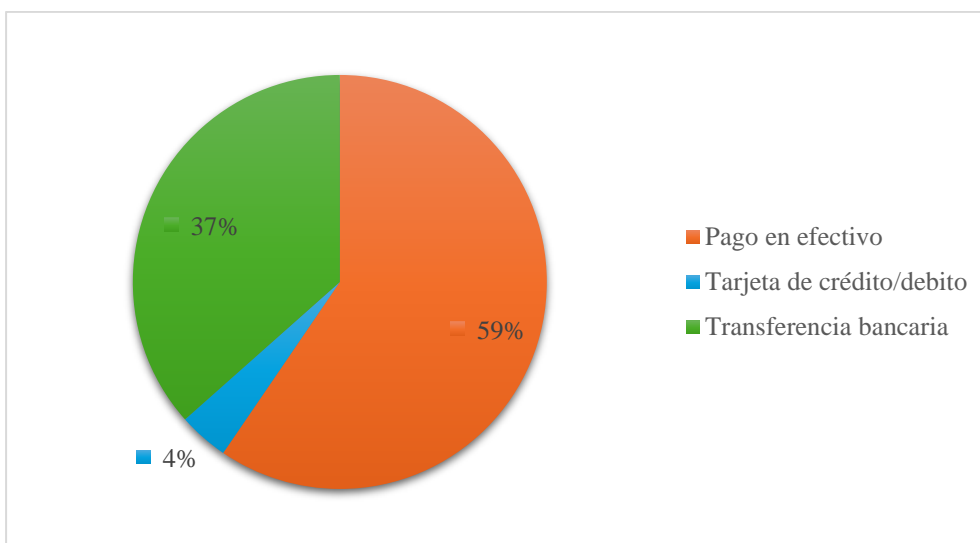
P06: ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un arreglo floral?

**Interpretación y Análisis**

El 66% de los encuestados está dispuesto a gastar entre Menos de \$10 en un arreglo floral, lo que indica que existe un segmento de gasto bajo. Por otro lado, el 20% de los encuestados está dispuesto a gastar entre \$20 y \$40 representando a un segmento de gasto medio que puede incluir a clientes ocasionales o quienes buscan arreglos sencillos para situaciones informales o detalles pequeños. Por último, el 14% de los encuestados están dispuestos a gastar más de \$40 en un arreglo floral, representando a aquellos interesados en arreglos de lujo, personalizados y de mayor complejidad. Aquello llega a representar la oportunidad de aprovechar con productos básicos y premium respectivamente.

Figura 8

P07: ¿Cuál es el método de pago que prefiere utilizar al adquirir arreglos florales?

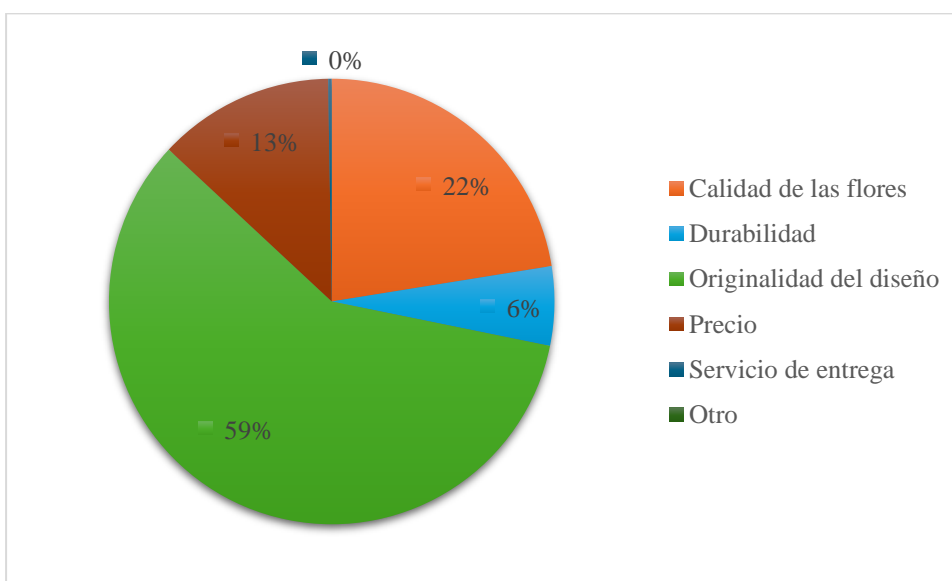


Interpretación y Análisis

El 59% de los encuestados prefiere el pago en efectivo, lo que indica una fuerte inclinación hacia los métodos tradicionales, valorando la simplicidad y rapidez que puede representar este método. El segundo método preferido con el 37% es la transferencia bancaria demostrando esta preferencia por compras en línea que se vio en los resultados anteriores.

Figura 9

P08: ¿Qué característica es más importante para usted al adquirir un arreglo floral?

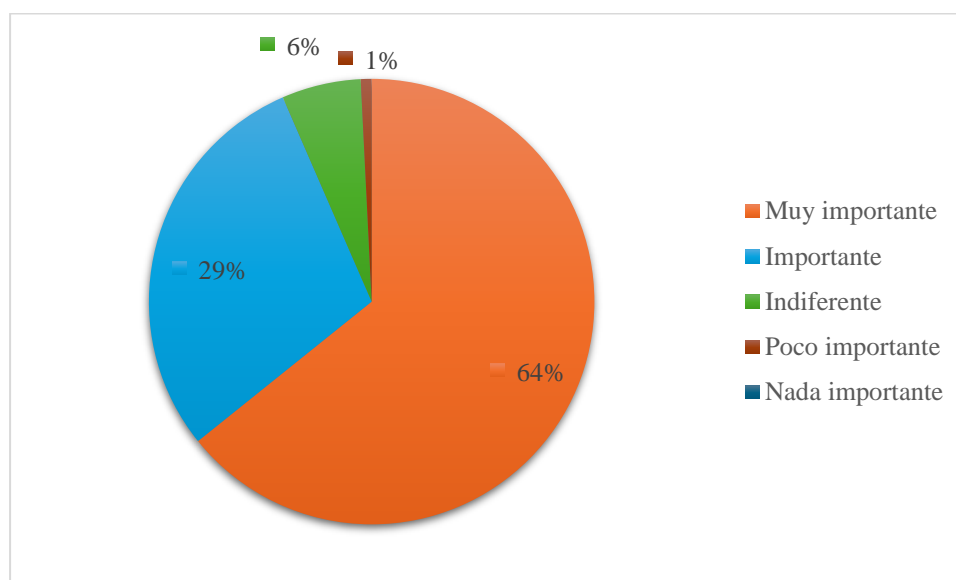


Interpretación y Análisis

La característica más importante al adquirir un arreglo floral según los encuestados es la originalidad del diseño con el 59%, esto sugiere que la creatividad y el diseño único es importante en las decisiones de compra de los clientes, siendo por esto crucial mantener un enfoque constante de innovación y personalización para satisfacer esta preferencia. Por otro lado, el 22% prefiere la calidad de las flores indicando una preferencia por la frescura y el estado de las flores. El 13% considera el precio como característica más importante. Y el 6% de los encuestado prefieren la durabilidad.

Figura 10

P09: ¿Qué tan importante es para usted encontrar arreglos florales que sean exclusivos o distintivos en comparación con los que se encuentran en lugares comunes de venta?

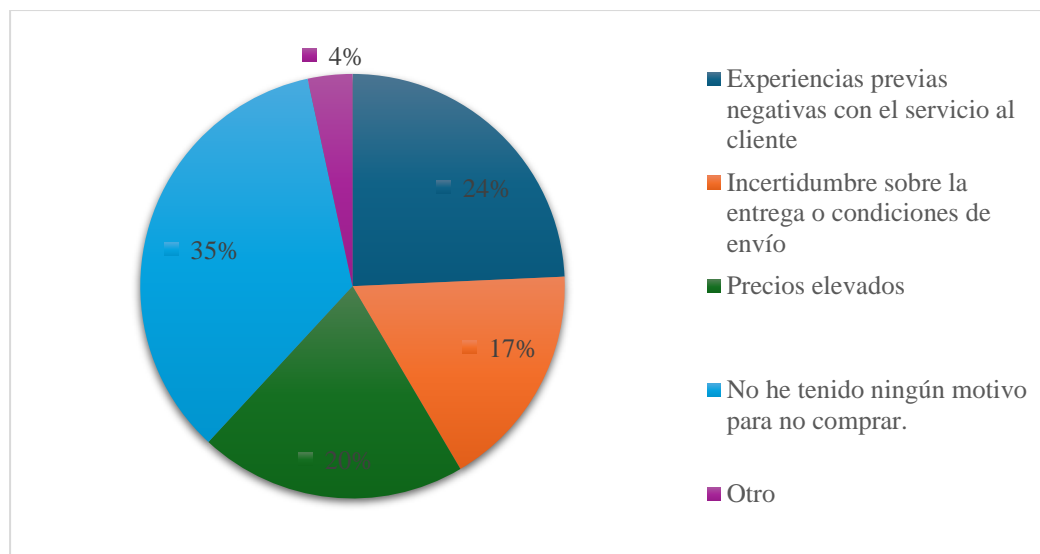


Interpretación y Análisis

El 64% de los encuestados considera que la exclusividad en los arreglos florales es muy importante, esto evidencia que una gran mayoría otorga gran valor a la posibilidad de adquirir arreglos que no se encuentren en otros lugares comunes de venta. El 29% de los encuestados indica que esta característica es importante. Y el 6% de los encuestados se muestran indiferentes ante la exclusividad. Esto demuestra que la exclusividad y el diseño distintivo son factores de gran importancia.

Figura 11

P10: ¿Hay algún motivo que le ha hecho dudar o evitar comprar arreglos florales antes?

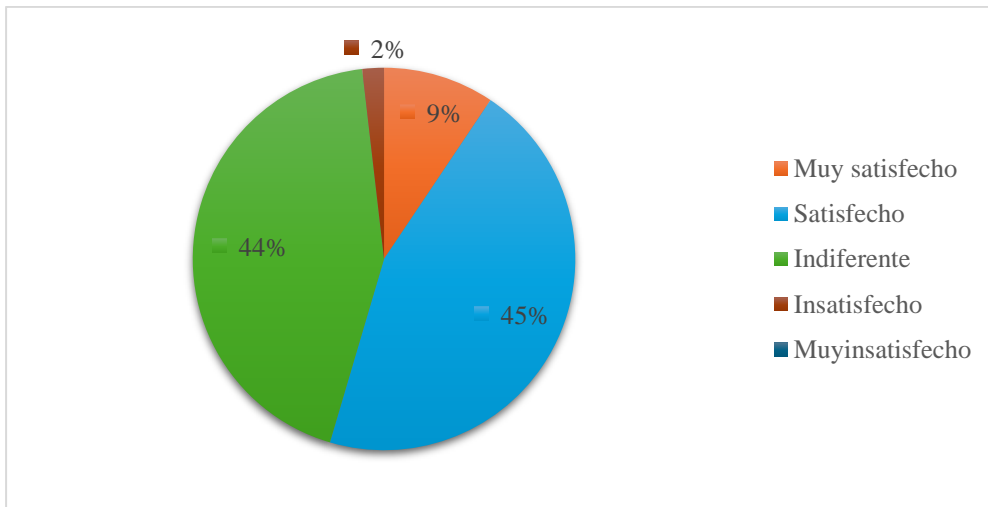


Interpretación y Análisis

Los resultados indican que el 35% de los encuestados no ha tenido motivos para evitar la compra de arreglos florales. Sin embargo, el 24% indicó experiencias previas negativas con el servicio al cliente, demostrando que la calidad de la atención al cliente es un aspecto crítico que influye en la decisión de compra de arreglos florales. El 20% de los encuestados mencionó los precios elevados, reflejando que para algunos el costo de los arreglos florales puede ser un impedimento al momento de compra. El 17% mencionó que la incertidumbre sobre la entrega o condiciones de envío es motivo de duda o de evitar la compra de arreglos florales lo que representa la importancia de claridad y confianza en los procesos de entrega y envío. Por último, un 4% seleccionó otros motivos, en donde se desatacó la mala calidad de las flores como motivo de duda o para evitar la compra de arreglos florales.

Figura 12

P11: ¿Qué tan satisfecho está con las opciones actuales de arreglos florales en Manta?

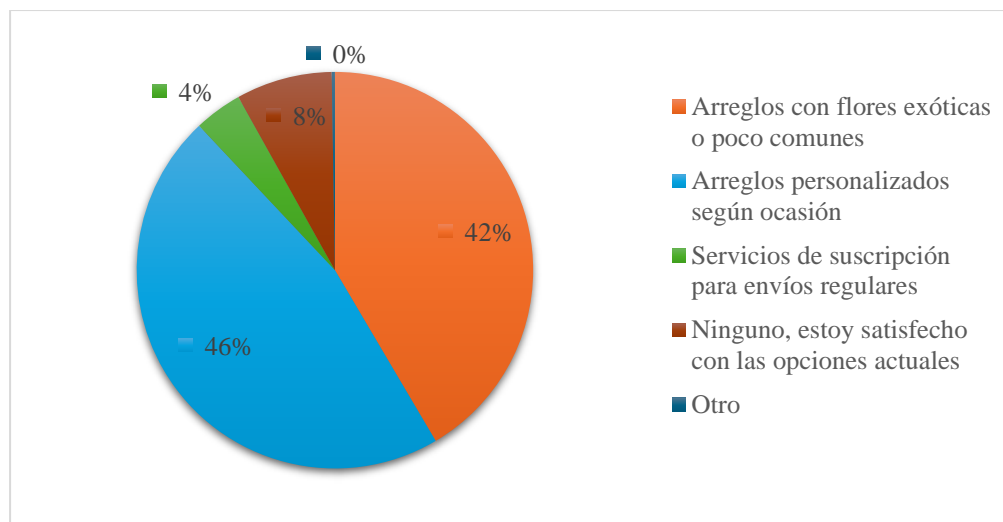


Interpretación y Análisis

Los resultados indican que el 45% de los encuestados se encuentran satisfechos con las opciones de arreglos en Manta. Sin embargo, el 44% se encuentra indiferente respecto a las opciones disponibles. Esto muestra que, si bien una parte significativa de los consumidores se encuentra satisfecha, una porción importante permanece indiferente. Mientras que solo un 9% muy satisfecho, este bajo porcentaje de satisfacción plena indica que las opciones existentes en el mercado no logran, en su mayoría, sorprender o deleitar a los clientes.

Figura 13

P12: ¿Hay algún tipo de arreglo floral o servicio relacionado que le gustaría ver disponible, pero que no ha encontrado en el mercado?

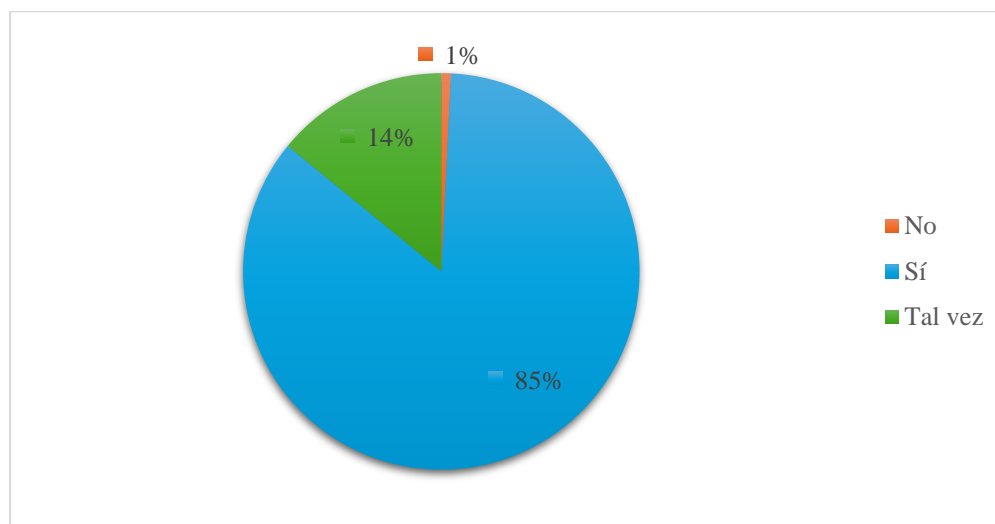


Interpretación y Análisis

El 46% de los encuestados manifestó interés en arreglos personalizados según la ocasión, lo que indica que se valora la capacidad de adaptar los arreglos florales a celebraciones o festividades específicas. Por otro lado, un 42% de los encuestados expresó interés en arreglos con flores exóticas o poco comunes, esto indica una oportunidad para la diferenciación mediante el uso de flores poco usuales en el mercado local. El 4% expresó interés en servicios de suscripción para envíos regulares. Y el 8% afirmó que no necesita nuevas opciones y está satisfecho con las opciones actuales, no obstante, este porcentaje puede beneficiarse de nuevas opciones ya que la innovación constante en la oferta de arreglos florales puede atraer su interés.

Figura 14

P13: Si surgiera un emprendimiento en la ciudad de Manta que ofreciera arreglos florales con mejor calidad, precio y servicio, ¿consideraría dejar de comprar en su lugar habitual?



Interpretación y Análisis

El 85% de los encuestados indicó que sí consideraría cambiar su lugar habitual si un nuevo emprendimiento de arreglos florales ofreciera mejores condiciones en calidad, precio y servicio. Un 14% de los encuestados respondió que tal vez. Y el 1% manifestó que no cambiaría su lugar habitual. Esto indica que un gran porcentaje está muy dispuesto a explorar alternativas que cumplan o superen sus expectativas en arreglos florales.

3.3 Análisis de la demanda.

3.3.1 Características de la demanda.

En fusión de los resultados de la encuesta que capturó las preferencias y comportamientos de los 383 encuestados en la ciudad de Manta, se extrapolarán los datos para estimar la demanda en la población total de adultos mayores de 20 años, es decir, 128.656 habitantes de la ciudad de Manta.

Para ello se tomó en cuenta la P06: ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un arreglo floral? en donde se indica la caracterización a demandar

Tabla 3*Caracterización de la demanda*

Precios	Ponderación	Población	Ponderación/Población
Menos de \$10	66%	128,656	84,650.95
Entre \$20 - \$40	20%	128,656	26,201.48
Más de \$40	14%	128,656	17,803.57
Total	100%		128,656.00

Nota. Elaboración propia.

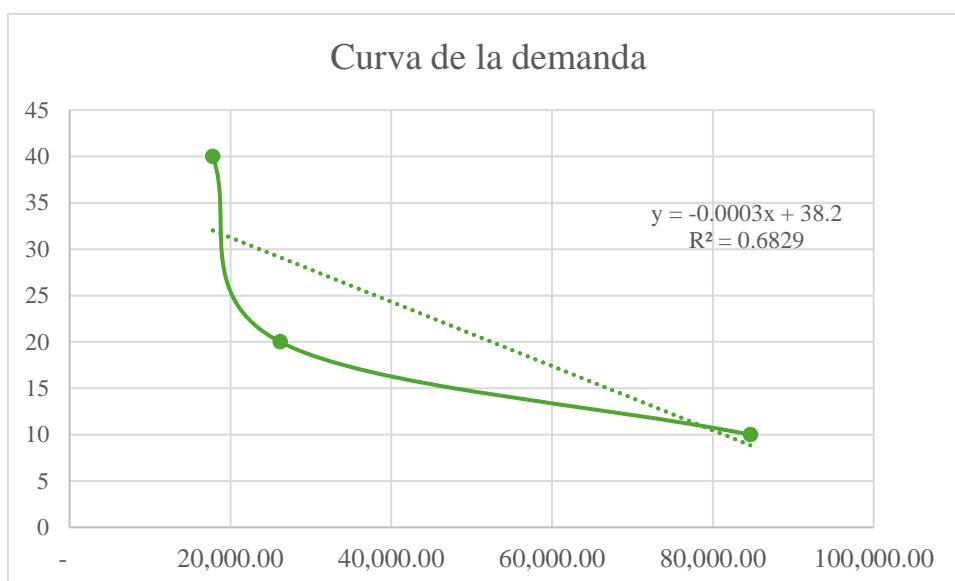
3.3.2 Proyección de la demanda.

En concordancia con lo anterior se presenta la proyección de la demanda, la curva de demanda y el crecimiento de ventas por producto.

Tabla 4*Proyección de la demanda*

Precios	Frecuencia	Porcentaje	Población	Ponderación/Población
Menos de \$10	252	66%	128,656	84,650.95
Entre \$20 - \$40	78	20%	128,656	26,201.48
Más de \$40	53	14%	128,656	17,803.57
Total	383	100%		128,656.00

Nota. Elaboración propia

Figura 15*Curva de la demanda**Nota.* Elaboración propia

La figura 16 muestra la curva de la demanda con una correlación de 0.6829, esto indica que existe una relación estadísticamente significativa entre los precios y la demanda, es decir, los cambios en el precio influyen en la cantidad demandada, confirmando la relación inversa entre ambas variables.

No obstante, es crucial comprender el nivel de demanda de los productos de Casa Floral EMES en relación con la participación de mercado y el crecimiento en ventas, por lo que se presenta a continuación.

Desplazamiento de la fórmula:

$$\begin{array}{rclcl}
 & & Y & = & -0.0003 & X \\
 -38.200 & + & Y & = & -0.0003 & X \\
 -38.200 & + & Y & = & X & \\
 \hline
 & & & & -0.0003 &
 \end{array}$$

Cantidad demandada:

$$\begin{array}{rclcl}
 -38.200 & + & 35 & = & X \\
 \hline
 & & -0.0003 & &
 \end{array}$$

$$\frac{-3.200}{-0.0003} = X$$

$$10666.67 = X$$

Participación del mercado:

$$10666.67 \times 60\% = 6400$$

Crecimiento de ventas en productos:

Proyección de ventas en cantidad de productos				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
6400	7040.00	7744	8518.4	9370.24

El análisis de la demanda revela que Casa Floral EMES tendrá una participación del 60% en el mercado, con un precio demandado de \$35 dólares, y un total de 6400 arreglos vendidos durante el primer año.

3.4 Análisis de la oferta.

3.4.1 Caracterización de la oferta actual.

Los negocios de arreglos florales en la ciudad de Manta se caracterizan por ofertar productos y servicios relacionados con el diseño y entrega de arreglos florales. Estos arreglos se caracterizan por ser con flores naturales de temporada presentados en recipientes tales como cajas decorativas o envoltorios de papel especial para esto. La mayoría de estos negocios representan una competencia para Casa Floral EMES, en cuanto a tamaño, calidad, servicio de entrega, método de pago, a excepción por ofertar la opción de arreglos florales tanto con opciones de flores naturales como artificiales según la preferencia del cliente.

Para poder conocer las características principales de la oferta se tomará en cuenta la oferta directa e indirecta, con el fin de conocer la competencia que Casa Floral EMES tendrá en el sector.

Oferta directa

La oferta directa son aquellos negocios que venden un producto igual o parecido en el mismo mercado por lo que se tomó en cuenta principalmente a los siguientes tres negocios como competidores directos

Tabla 5

Matriz de Perfil Competitivo

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO									
Factores críticos de éxito	Ponderación	Casa Floral EMES		L’Rose Diseño floral		Blooming Floristería		Saturno Florería	
		Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación
Calidad de productos	0.13	5	0.65	4	0.52	5	0.65	5	0.65
Fuerza de ventas	0.14	1	0.14	2	0.28	4	0.56	3	0.42
Competitividad de precios	0.12	4	0.48	4	0.48	2	0.24	3	0.36
Catálogo o publicaciones de productos	0.13	3	0.39	1	0.13	4	0.52	4	0.52
Posicionamiento en el mercado (reconocimiento)	0.13	1	0.13	1	0.13	5	0.65	3	0.39
Distribución	0.12	2	0.24	2	0.24	2	0.24	2	0.24
Infraestructura/ ubicación	0.11	4	0.44	4	0.44	5	0.55	5	0.55
Proveedores (calidad, servicio, precio y condiciones de pago)	0.12	3	0.6	4	0.48	5	0.6	5	0.6
TOTAL	1		2.83		2.7		4.01		3.73

Nota: Elaboración propia

La puntuación de Casa Floral EMES es de 2.83 lo que demuestra que existe una competencia alta ante Blooming Floristería que obtuvo 4.01 y Saturno Florería que obtuvo 3.73, ambas tuvieron un puntaje mayor ante Casa Floral EMES destacándose en factores como el

posicionamiento en el mercado, catalogo y publicaciones. Factores que Casa Floral EMES deberá tener en cuenta para lograr afrontar esta competitividad.

Oferta indirecta

La oferta indirecta estaría dada por aquellos negocios que venden un producto sustituto para satisfacer la misma necesidad de forma diferente. En el mercado de arreglos florales es muy común encontrar una gran variedad de productos sustitutos, como lo son los arreglos con globos, flores eternas, flores con cinta, arreglos con frutas o dulces, etc. Es por ello que existe una amenaza alta en la oferta indirecta para el emprendimiento.

3.5 Oportunidad de emprender.

La figura 12 evidencia la existencia de una demanda insatisfecha en el mercado de arreglos florales en la ciudad de Manta representando una oportunidad estratégica para emprender. Al ofrecer un servicio que combine personalización, calidad y atención, Casa Floral EMES puede posicionarse como líder en este segmento. Aprovechando las preferencias de los consumidores y estableciendo una ventaja competitiva en diferenciación e innovación, se busca resaltar la variedad de flores únicas y exóticas del Ecuador, además de presentar opciones más duraderas con flores artificiales de alta calidad. Este enfoque diferencial no solo diversifica la oferta, sino que también responde a las necesidades de los consumidores actuales, quienes valoran la autenticidad. Por ende, se respalda la viabilidad de la propuesta y se justifica el enfoque hacia una oferta innovadora y adaptadas a las necesidades del mercado.

4. Estudio Técnico

4.1 Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto está definido por la capacidad optima de producción para satisfacer la demanda insatisfecha y la demanda proyectada considerando los resultados de los estudios previos y las características del mercado en la ciudad de Manta se presenta a continuación la capacidad de producción y la proyección de ventas que tendrá Casa Floral EMES.

Tabla 6*Capacidad de producción*

Producción mensual		
Producto	Tiempo/horas de producción	Cantidad mensual
Arreglo floral en ramo pequeño	20 min	80
Arreglo floral en ramo grande	30 min	40
Arreglo personalizado con flores artificiales	45 min	25
Arreglo personalizado con flores naturales	46 min	40
Total		185

Nota. Elaboración propia.

Tabla 7*Proyección de ventas*

Presupuesto de ingreso						
Tasa de crecimiento de ventas		4%	4%	4%	4%	4%
Producto	Cantidad mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arreglo floral en ramo pequeño	80	\$14,400.00	\$14,976.00	\$15,575.04	\$16,198.04	\$16,845.96
Arreglo floral en ramo grande	40	\$12,000.00	\$12,480.00	\$12,979.20	\$13,498.37	\$14,038.30
Arreglo personalizado con flores artificiales	25	\$15,000.00	\$15,600.00	\$16,224.00	\$16,872.96	\$17,547.88
Arreglo personalizado con flores naturales	40	\$16,800.00	\$17,472.00	\$18,170.88	\$18,897.72	\$19,653.62
Total		\$58,200.00	\$60,528.00	\$62,949.12	\$65,467.08	\$68,085.77

Nota. Elaboración propia.

4.2 Localización del proyecto.

Aunque el emprendimiento es en línea, el taller es fundamental para almacenar la materia prima y realizar la producción de los arreglos florales. Por ende, en la tabla 8 se analizan las principales micro-localizaciones en donde se tuvo en cuenta la P01: ¿En qué parroquia de la ciudad de Manta vive? para seleccionar las siguientes tres localizaciones.

Tabla 8

Análisis comparativos de las principales micro-localizaciones

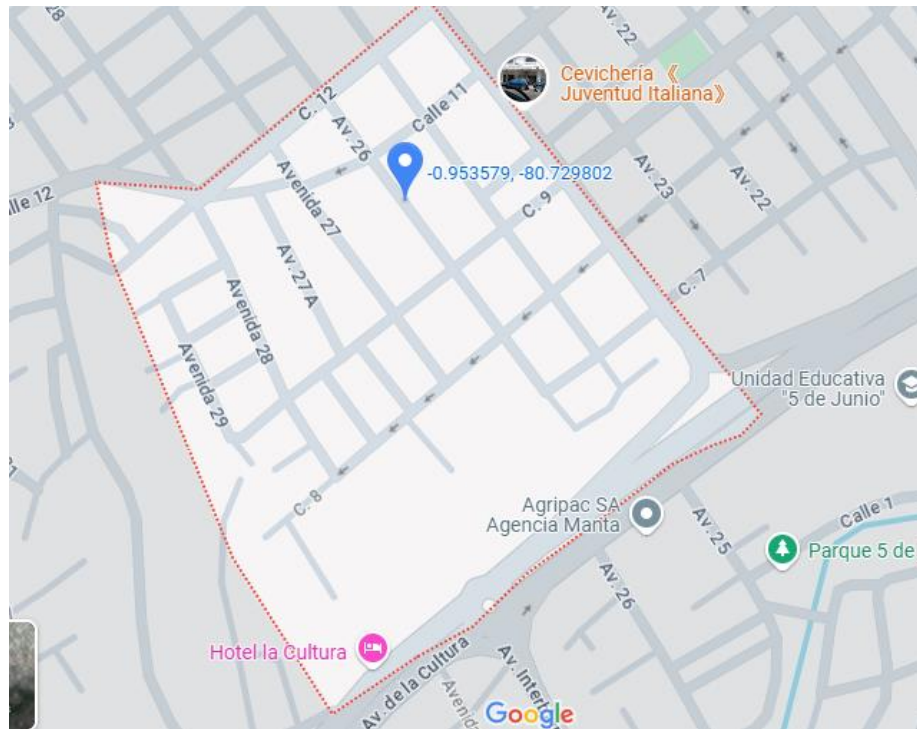
Factores	Ponderación de Importancia	Localización 1		Localización 2		Localización 3	
		Manta Barrio Santa Fe		Eloy Alfaro Ciudadela la Aurora		Via San Mateo, Puerto de Manta	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Costos de arrendamiento	35%	10	3.5	8	2.8	5	1.75
Ubicación de la competencia	20%	8	1.6	7	1.4	6	1.2
Vías de acceso	20%	9	1.8	9	1.8	9	1.8
Localización de mercado (clientes)	15%	10	1.5	8	1.2	7	1.05
Servicios básicos	10%	8	0.8	9	0.9	9	0.9
Total	100%		9.2		8.1		6.7

Nota. Elaboración propia.

El barrio Santa Fe de Manta con una puntuación de 9.2 se selecciona como la micro-localización ideal para el taller de Casa Floral EMES debido a su equilibrio entre los factores de costo de arrendamiento, ubicación de la competencia y vías de acceso, además su ubicación permite atender eficientemente los pedidos en línea y coordinar entregas rápidas en la ciudad de Manta. Este análisis comparativo demuestra que la micro-localización elegida maximizará los recursos y fortalecerá la competitividad del negocio.

Figura 16

Micro-localización de Casa Floral EMES



Nota. Obtenido de Google Maps.

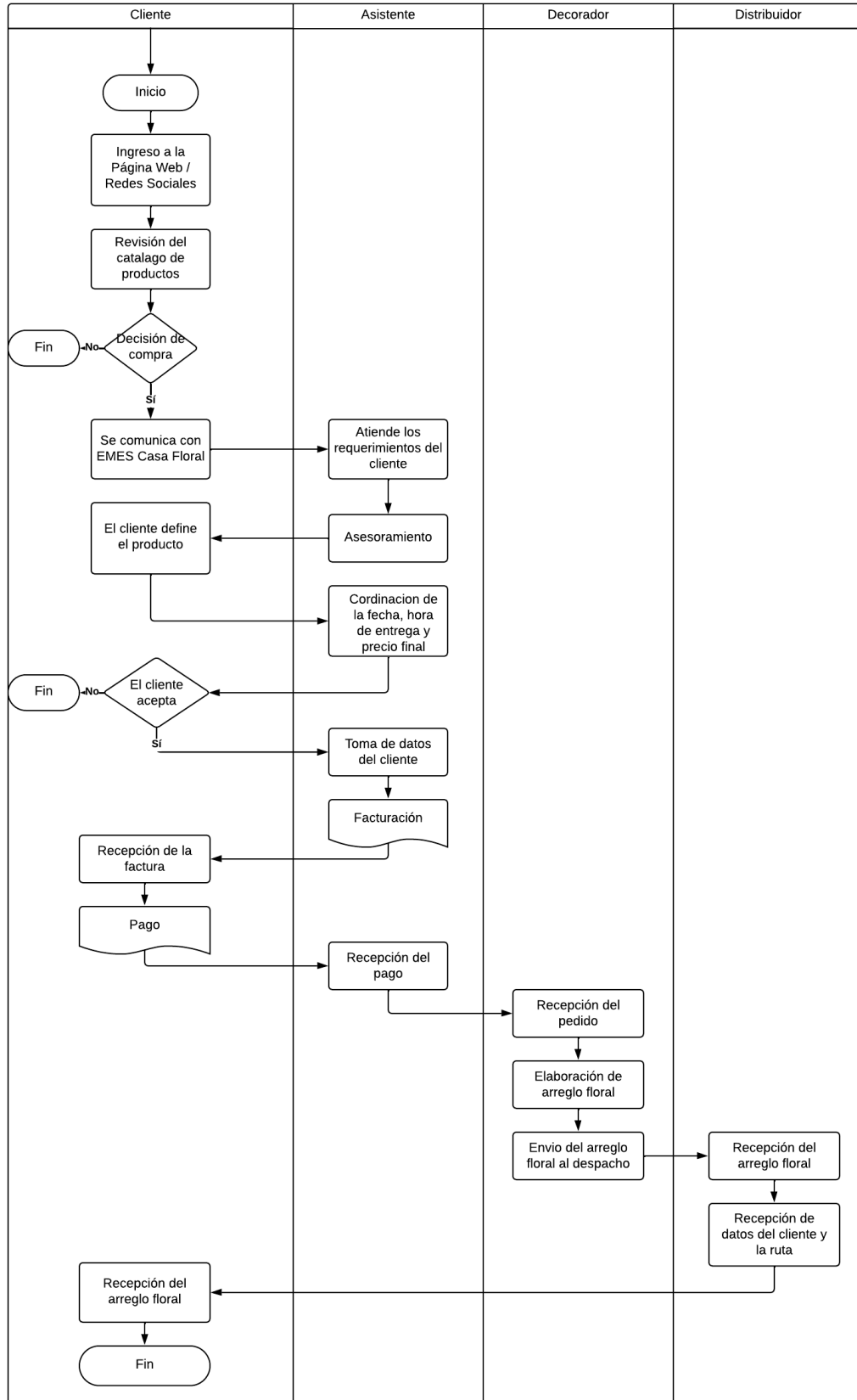
4.3 Ingeniería del proyecto.

4.3.1 Proceso de producción y/o generación del servicio.

La figura 17 describe el flujo de proceso de Casa Floral EMES donde se optimiza la producción y entrega de arreglos florales personalizados. En este se describe desde la recepción de pedidos hasta la entrega final.

Figura 17

Proceso de producción de arreglos florales



Nota. Elaboración propia.

4.3.2 Balance de mano de obra y materiales.

Tabla 9

Sueldo de empleado.

PERSONAL ADMINISTRACION	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO MENSUAL X CANTIDAD DE EMPLEADOS	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	FONDO RESERVA	IESS PATRONAL	VACACIONES	EGRESO TOTAL SUELDO MENSUAL AÑO 1	EGRESO TOTAL SUELDO MENSUAL AÑO 2 - 5					
											1	2	3	4	5
Gerente general	1	\$480,77	\$480,77	\$40,06	\$38,33	\$40,05	\$53,61	\$20,03	\$632,81	\$672,85	\$7.593,67	\$8.198,59	\$8.324,84	\$8.453,05	\$8.583,22
Ejecutivo de Ventas	1	\$471,36	\$471,36	\$39,28	\$38,33	\$39,26	\$52,56	\$19,64	\$621,17	\$660,43	\$7.454,04	\$8.047,26	\$8.171,19	\$8.297,02	\$8.424,80
TOTAL											\$15.047,70	\$16.245,85	\$16.496,03	\$16.750,07	\$17.008,02
PERSONAL PRODUCCION	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO MENSUAL X CANTIDAD DE EMPLEADOS	DECIMO 3RO	DECIMO 4TO	FONDO RESERVA	IESS PATRONAL	VACACIONES	EGRESO TOTAL SUELDO MENSUAL AÑO 1	EGRESO TOTAL SUELDO MENSUAL AÑO 2 - 5					
											1	2	3	4	5
Asistente	1	\$386,00	\$386,00	\$32,17	\$38,33	\$32,15	\$43,04	\$16,08	\$515,62	\$547,78	\$6.187,47	\$6.674,54	\$6.777,33	\$6.881,70	\$6.987,68
Decorador	1	\$386,00	\$386,00	\$32,17	\$38,33	\$32,15	\$43,04	\$16,08	\$515,62	\$547,78	\$6.187,47	\$6.674,54	\$6.777,33	\$6.881,70	\$6.987,68
Servicio de entrega	1	\$193,00	\$193,00	\$16,08	\$38,33	\$16,08	\$21,52	\$8,04	\$276,98	\$293,05	\$3.323,73	\$3.570,81	\$3.625,80	\$3.681,64	\$3.738,34
TOTAL											\$15.698,67	\$16.919,90	\$17.180,47	\$17.445,04	\$17.713,70
TOTAL GENERAL											\$30.746,37				

Nota. Elaboración propia

Tabla 10

Materia prima

Materiales			
Detalle	Precio	Cantidad	
Flores naturales			
Ranúnculos	\$ 3.00	10	tallos
Cartuchos	\$ 2.00	10	tallos
Cremon	\$ 2.50	10	tallos
Statice	\$ 1.50	10	tallos
Alelies	\$ 1.25	10	tallos
Crisantemos	\$ 2.50	15	tallos
Helicrisium	\$ 2.00	10	tallos
Graspedias	\$ 1.50	10	tallos
Astromelias	\$ 1.00	10	tallos
Clavel	\$ 2.25	24	tallos
Girasoles	\$ 3.00	10	tallos
Minirosas	\$ 1.50	10	tallos
Fresias	\$ 3.00	10	tallos
Veronicas	\$ 2.00	10	tallos
Gerberas	\$ 4.00	10	tallos
Snapdragon	\$ 1.50	10	tallos
Rumex	\$ 2.00	10	tallos
Anemonas	\$ 3.00	10	tallos
Eucalipto baby blue	\$ 1.50	10	tallos
Hortencia	\$ 20.00	10	tallos
Lirios	\$ 6.00	10	tallos
Flor de lavanda	\$ 1.50	10	tallos
Clavelina	\$ 2.50	10	tallos
Scabiosas	\$ 2.00	10	tallos
Rosas	\$ 2.00	24	tallos
Amaranto	\$ 3.00	10	tallos
Subtotal	\$ 78.00		
Flores artificiales			
Esferios	\$ 1.53	1	ramo
Lirios	\$ 2.46	1	unidad
Ilusiones	\$ 1.87	1	ramo
Crisantema esferica	\$ 5.52	1	unidad
Cartucho	\$ 0.90	1	unidad
Hortencia	\$ 2.21	1	unidad
Espigas de magnolia	\$ 1.29	1	ramo
Orquideas	\$ 5.00	1	unidad
Cerezo	\$ 5.95	1	ramo
Rosas	\$ 2.21	6	unidad
Hojas eucalipto	\$ 1.96	1	unidad
Flor de durazno	\$ 2.72	1	ramo
Aliento de bebé	\$ 1.44	1	ramo
Subtotal	\$ 35.06		
Recipientes			
Cajas	\$ 20.99	3	cajas
Jarron de vidrio tipo 1	\$ 6.39	1	unidad
Jarron de vidrio tipo 2	\$ 2.91	1	unidad
Subtotal	\$ 30.29		

Materiales decorativos			
Cintas decorativas	\$ 13.99	9	rollos
Papel decorativo	\$ 5.99	20	hojas
Espuma floral	\$ 30.00	48	bloques
Tarjetas	\$ 8.50	100	tarjetas
Subtotal	\$ 58.48		
Total	\$ 201.83		

Nota. Elaboración propia.

4.3.3 Maquinaria y equipo.

Tabla 11

Maquinaria, equipos y herramientas

Maquinaria, equipos y herramientas			
Detalle	Cantidad	Precio	Total
Refrigerador industrial	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Mesa de trabajo	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Baldes de plástico	6	\$ 3.47	\$ 20.82
Cuchilla para cortar espuma floral	1	\$ 9.99	\$ 9.99
Limpia tallo	1	\$ 6.99	\$ 6.99
Tijeras para flores	1	\$ 3.99	\$ 3.99
Total			\$ 506.79

Nota. Elaboración propia.

Tabla 12

Equipos de computación

Equipos de computación			
Detalle	Cantidad	Precio	Total
Computadora	2	\$ 700.00	\$ 1,400.00
Impresora	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Ratones ergonómicos	2	\$ 10.00	\$ 20.00
Total			\$ 1,670.00

Nota. Elaboración propia.

Tabla 13

Equipos de oficina

Equipos de oficina			
Detalle	Cantidad	Precio	Total
Telefono	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Aire acondicionado	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Sistema de facturación	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Total			\$ 500.00

Nota. Elaboración propia.

Tabla 14

Muebles de oficina

Muebles de oficina			
Detalle	Cantidad	Precio	Total
Escritorio	2	\$ 80.00	\$ 160.00
Sillas de escritorio	3	\$ 80.00	\$ 240.00
Armario	2	\$ 120.00	\$ 240.00
Estantes	3	\$ 105.00	\$ 315.00
Bote de basura	2	\$ 10.50	\$ 21.00
Total			\$ 976.00

Nota. Elaboración propia.

4.3.4 Distribución de planta de producción y/o establecimiento de generación de servicio.

La distribución del taller está diseñada para maximizar la eficiencia operativa y garantizar la calidad en cada etapa del proceso productivo. El espacio físico cuenta con zona de almacenamiento, producción, administrativa y de entrega, cada zona con un propósito específico que facilitará el flujo continuo de trabajo.

La zona de almacenamiento cuenta con un refrigerador industrial para preservar las flores naturales en óptimas condiciones, además de gavetas y estantes para almacenar recipientes, materiales decorativos y herramientas para garantizar el acceso fácil de todos los insumos.

La zona de producción estará equipada con una mesa de trabajo amplia, herramientas esenciales y una iluminación adecuada que permitirá al personal trabajar con precisión y comodidad.

Por otro lado, la zona administrativa será un espacio funcional destinado a la gestión del negocio, en donde se encontrará ubicado el equipo tecnológico, para administrar las redes sociales y sitio web.

Finalmente, la zona de entrega se ubicará cerca de la entrada del taller para facilitar el acceso al Servicio de entrega, en esta área se coordinará la logística de distribución asegurando que los pedidos lleguen de manera puntual y en perfecto estado.

En cuanto a la gestión del tiempo y los recursos, se priorizará una producción programada según los pedidos recibidos, minimizando el desperdicio de materiales, especialmente de flores naturales cuyo ciclo de vida es más corto.

Figura 18

Layout Taller Casa Floral EMES



Nota. Elaboración propia.

Figura 19

Vista amplia de la distribución del taller



Nota. Elaboración propia.

5. Estudio Organizacional

5.1 Visión

Para el año 2030 aspiramos ser el referente de innovación y excelencia en el mercado de arreglos florales en la ciudad de Manta.

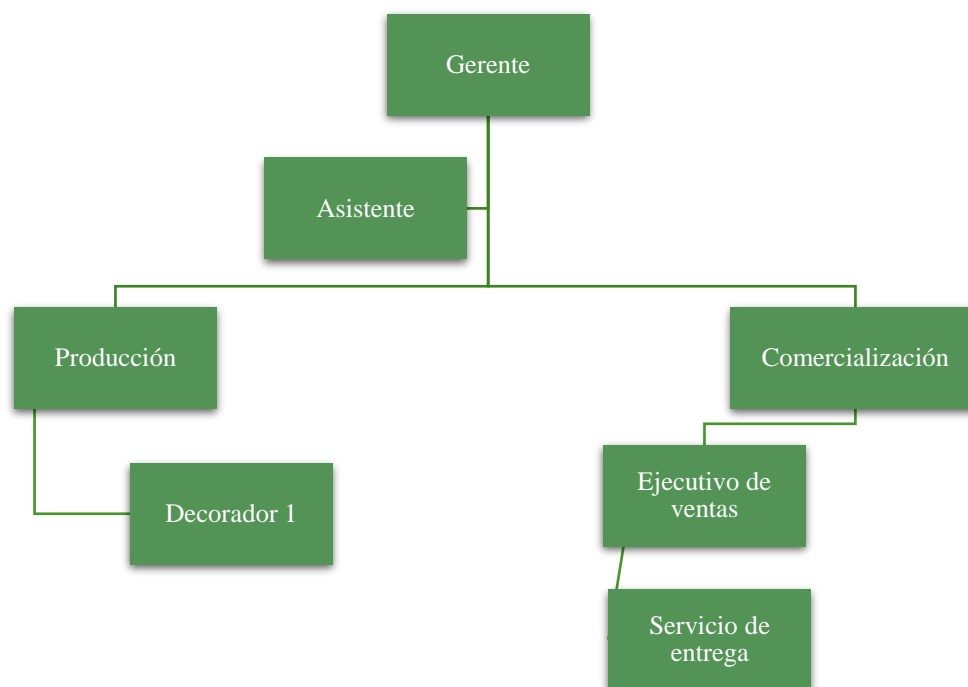
5.2 Misión

Crear diseños florales que se adapten a las necesidades y preferencias del cliente, brindándoles la opción de escoger entre la frescura de un arreglo floral natural o la durabilidad de un arreglo floral artificial, garantizando la más alta satisfacción en cada arreglo y servicio.

5.3 Estructura organizacional.

Ilustración 1

Estructura Organizacional

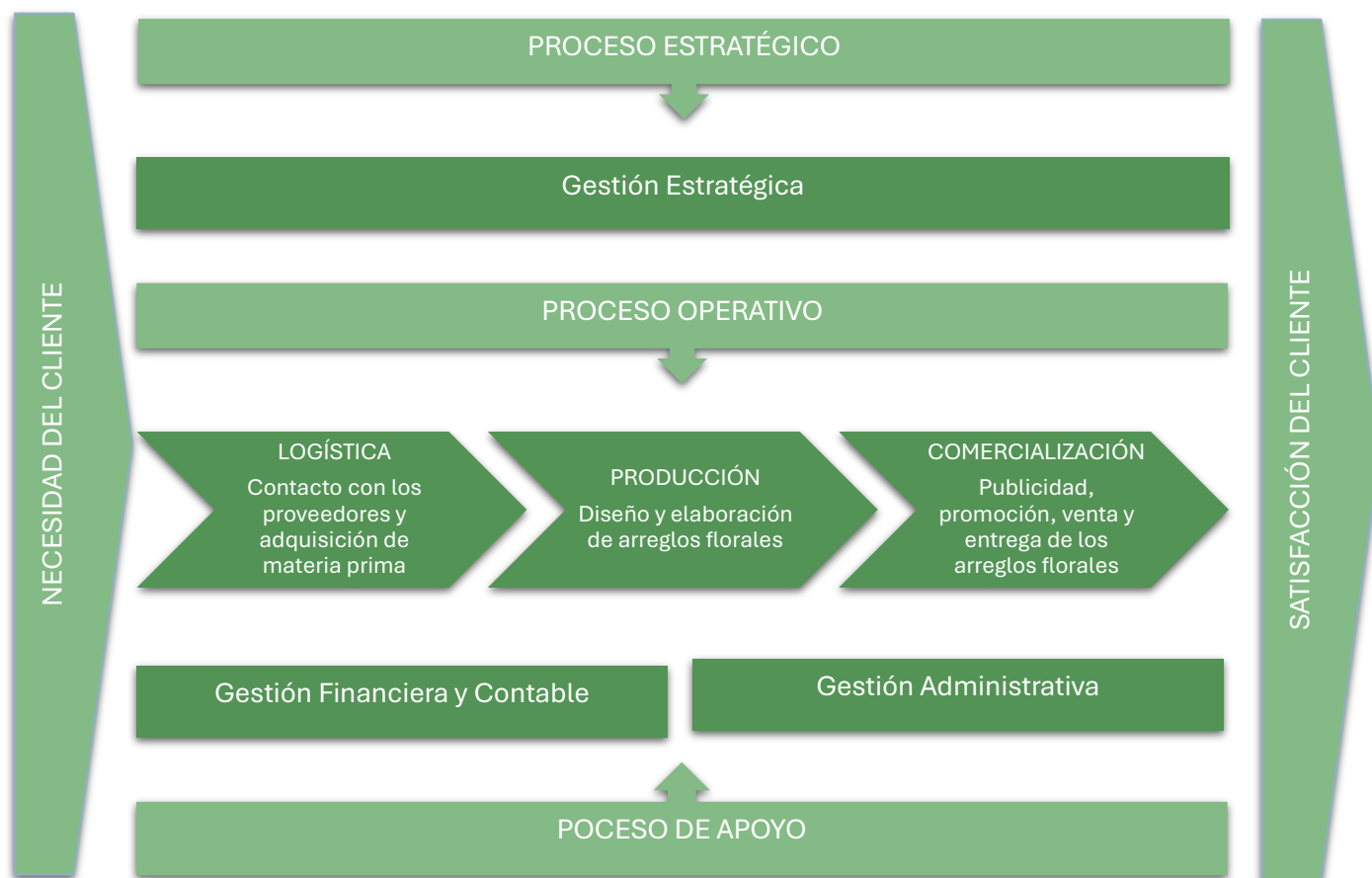


Nota. Elaboración propia.

5.4 Mapa de procesos.

Ilustración 2

Mapa de procesos



Nota. Elaboración propia.

5.5 Funciones y productos esperados.

En concordancia con la estructura organizacional las funciones y productos esperados por cada estructura son las siguientes:

Funciones

Gerente general: Dueño del negocio, responsable de dirigir y controlar todas las operaciones del negocio, así como definir las políticas y procedimientos, y gestionar los recursos de la organización.

Asistente: Asistencia a la gerencia general, con responsabilidades en la atención al cliente, agendamiento de los pedidos, elaboración del rol de pagos, facturación y cobro. Además, se encargará de la coordinación y gestión de los pedidos al área de producción, así como de la logística de entrega de los arreglos florales.

Decorador: Personal encargado del diseño y creación de todos los arreglos florales, asegurando el correcto mantenimiento del área de trabajo y herramientas como lo son las flores, follajes y demás materias primas esenciales para el negocio.

Ejecutivo de Ventas: Su función es gestionar y actualizar la base de datos de los clientes, realizar la entrega de catálogos a empresas e instituciones que requieran arreglos florales, y desarrollar estrategias de comercialización, publicidad y promoción impulsando las ventas y aumentando la visibilidad del negocio a través de la página web y redes sociales.

Servicio de entrega: Responsable de contar con movilización, realizar la entrega de los arreglos florales en el horario establecido, asegurándose de cumplir con los tiempos acordados, además debe reportar las entregas realizadas para mantener un control eficiente del proceso.




Productos esperados

Tabla 15

Productos Esperados

- Arreglo floral en ramo pequeño: Contiene entre tres a cinco tipos de flores naturales, follaje y cinta para sostener el ramo. El cliente podrá escoger entre las flores frescas que se encuentren disponibles al momento de la compra.



<ul style="list-style-type: none"> - Arreglo floral en ramo grande: Contiene entre cinco a diez tipos de flores naturales, follaje y cinta para sostener el ramo. El cliente podrá escoger entre las flores frescas que se encuentren disponibles al momento de la compra. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Arreglo personalizado con flores artificiales: Contiene flores artificiales, follaje, espuma floral y jarrón. Todo a elección del cliente y su necesidad. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Arreglo personalizado con flores naturales: Contiene flores naturales, follaje, espuma floral y jarrón. Todo a elección del cliente y su necesidad. 	

Nota. Elaboración propia.

5.6 Constitución jurídica.

La figura de constitución jurídica escogida para el emprendimiento es la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), este tipo de compañía se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, puede tener uno o más accionistas, y no tiene capital mínimo requerido. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), 2024). Aquello, brinda la

posibilidad de Casa Floral EMES se constituya con un solo accionista y sin un capital mínimo, lo que facilita su creación. Por estas razones, la elección de la Sociedad por Acciones Simplificadas constituye una opción adecuada para el emprendimiento.

Según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2024) la constitución de la Sociedad SAS se puede realizar de manera presencial siguiendo los siguientes requisitos obligatorios:

1. Ingresar al portal web www.supercias.gob.ec, sección GUIAS PARA EL USUARIO/SECTOR SOCIETARIO/ SAS, y descargar formatos de documentos: Acto/Contrato y Nombramiento.
2. Llenar los campos habilitados en cada uno de los formatos, imprimir y firmar los documentos.
3. Presentar los documentos en las ventanillas del Centro de Atención al Usuario de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Los documentos requeridos son:

- Solicitud de Constitución.
 - Archivo PDF que contenga Acto/Contrato Privado + Reserva debidamente firmado.
 - Archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado.
 - Archivo PDF que contenga la nómina de accionistas y administradores. Archivo PDF que contenga la nomina
 - Copia de las respectivas cédulas o pasaportes.
4. La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros comunicará vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida, adjuntándose las razones de inscripción correspondiente.

5.7 Obligaciones tributarias.

Para formalizar el emprendimiento Casa Floral EMES es fundamental cumplir con las siguientes obligaciones tributarias:

1. La inscripción del RUC para obtener comprobantes de facturas.
2. Emisión y entrega de comprobantes autorizados directamente por el SRI.
3. Contabilización de ingresos y gastos según corresponda.

4. Presentación de declaraciones de impuesto periódicamente.

5.8 Patentes y licencias necesarias para el emprendimiento.

Para determinar el inicio de la existencia legal del emprendimiento, se tendrá que constituir por medio de la Dirección Nacional de Registros Públicos, teniendo en cuenta los siguientes requisitos obligatorios para el trámite presencial. (Dirección Nacional de Registros Públicos (DINARP), 2023)

1. Acudir a las oficinas de Registro Mercantil del cantón Manta.
2. Un ejemplar del documento privado de constitución de la compañía o sociedad, emitida por el notario, mediante el cual se da fe del acto de constitución y en la que consten las firmas de los socios.
3. Presentar la Reserva de denominación (Reserva del nombre) emitida por la Superintendencia de Compañías.
4. Pago realizado en las ventanillas del Registro Mercantil según el valor de la cuantía.

Para proteger el concepto, logotipo y nombre del emprendimiento Casa Floral EMES se tramitará el certificado de registro de marca siguiendo los siguientes requisitos obligatorios (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), 2021)

1. Solicitar asesoría en las ventanillas.
2. Generar la solicitud en línea en el Portal del SENADI, con los requisitos básicos necesarios a fin de reproducir el comprobante de pago.
3. Pagar la tasa correspondiente en el Banco del Pacífico.
4. Iniciar el proceso de registro de la marca en el portal del SENADI.
5. Retirar el título en el caso de ser concedido.

Entre los requisitos obligatorios para el correcto funcionamiento en la ciudad de Manta se debe tener en cuenta los siguientes:

Permiso del Cuerpo de Bomberos

1. Solicitud de inspección de local.
2. Informe favorable de la inspección.
3. Copia del RUC.

Licencia de funcionamiento comercial y profesional

1. Numero de RUC.
2. Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente.
3. Declaración de impuesto a la renta.
4. Cancelar la patente municipal.
5. Reparto proporcional en relación con los ingresos y los totales de los activos del Cantón Manta.
6. Contrato de arriendo o pago de impuesto predial actualizado.

Patentes

1. Numero de RUC.
2. Declaración de impuesto a la renta.
3. Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente.
4. Si es empresa nacional además presentará el reparto proporcional en relación con los ingresos y los totales de los activos del Cantón Manta.

6. Marketing estratégico

6.1 Estrategias de producto y diseño.

Los arreglos florales que se ofrecerán se destacan por su diseño único y personalizado, caracterizándolo por tener una amplia variedad de opciones de flores naturales como artificiales.

El nombre escogido para el emprendimiento es Casa Floral EMES porque busca transmitir una sensación cálida y acogedora al público. Por ello, se escogió un logotipo diseñado de tal manera que transmita una percepción de calidad, elegancia y modernidad, con colores que se asocian con la naturaleza y la elegancia.

Ilustración 3

Logotipo Casa Floral EMES



Nota. Elaboración propia.

Teniendo en cuenta lo mencionado, las estrategias del producto son las siguientes:

- Elaborar los arreglos con las flores más frescas y sanas del mercado para ofrecer un producto de calidad.
- Contar con una gran variedad de tipos de flores tanto artificiales como naturales.
- Ofrecer arreglos florales personalizados, donde el cliente elija el tipo de flores, colores y recipientes.
- Diferenciar los diseños florales con flores, follajes o complementos menos utilizados por la competencia.
- Ser reconocidos por una identidad visual moderna, amigable y fresca que refleje la naturaleza y la creatividad de la empresa.

6.2 Estrategias de precio.

Casa Floral EMES basará su estrategia de precio en el método basado en el costo, con un margen de beneficio del 40%. Asimismo, se incurrirá en disponer materia prima directamente de los diferentes mayoristas para obtener los precios más rentables. Además, se

aplicará como estrategia los precios flexibles, ajustando los precios según factores como la demanda, la temporada o las promociones.

6.3 Estrategias de plaza y canales de distribución. (Alianzas estratégicas)

Las estrategias de distribución de Casa Floral EMES busca optimizar la entrega de productos y maximizar la accesibilidad para los clientes, empleando una combinación de medios digitales, servicio de entrega y alianzas estratégicas.

Al ser un emprendimiento que inicia en línea se enfocará en un canal directo por medio de la recepción de pedidos mediante sus redes sociales y sitio web, permitiendo a los clientes realizar pedidos desde cualquier lugar y en cualquier momento. Esta estrategia, además, se enfoca en las tendencias actuales de digitalización en el comercio y se adapta a las necesidades del cliente moderno, que busca comodidad y rapidez en sus transacciones.

La implementación de un sistema de entrega a domicilio es otro aspecto esencial de la estrategia de distribución. Por lo que, se contará con una persona encargada de este servicio de entrega para que los arreglos florales lleguen en perfecto estado y en el tiempo acordado, independientemente de la ubicación del cliente dentro de la ciudad de Manta.

Se establecerán alianzas estratégicas con empresas de eventos, hoteles, restaurantes u otros que requieran de arreglos florales para decorar sus espacios, permitiendo con ello una mayor exposición del emprendimiento a través de clientes potenciales que asisten a eventos o frecuentan estos establecimientos.

6.4 Estrategias de promoción.

La principal estrategia de promoción se centra en promocionar la presencia en redes sociales (Instagram, Facebook, Tiktok). Esto a través de intensivas campañas publicitarias a través de estas plataformas, en donde se publicará contenido visual atractivo que destaque la estética y calidad de las flores, el proceso de producción de cada pedido y recomendaciones o contenido referente a flores.

Instagram: Se empleará como la plataforma principal para la publicación diaria de contenido visual atractivo. Se compartirán publicaciones como instastorys y reels que presenten los arreglos florales del día, con detalles sobre los materiales y tipos de flores utilizados, destacando la calidad y personalización de cada diseño.

Facebook: El contenido publicado en Instagram se reutilizará estratégicamente para aprovechar la audiencia de esta red social.

TikTok: Se generarán videos que muestren el proceso creativo y aspectos únicos del emprendimiento, brindando una experiencia cercana y auténtica.

Por medio del contenido de estas redes sociales, se realizarán además estrategias en promociones de ventas como descuentos en fechas relevantes como San Valentín, día de las madres, navidad entre otras fechas. Asimismo, sorteos u ofertas esporádicas para interactuar con la comunidad de redes sociales.

7. Análisis financiero.

7.1 Presupuesto de inversión.

Tabla 16

Presupuesto de inversión

INVERSION ADMINISTRATIVA	2025	2026	2027	2028	2029	2030
ACTIVOS	0	1	2	3	4	5
Equipos de computación	\$1,680.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,680.00	\$0.00
Equipos de oficina	\$650.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Muebles y enseres	\$400.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Activos intangibles	\$648.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Capital de trabajo	\$8,371.54	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
TOTAL	\$11,749.54	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,680.00	\$0.00
INVERSION DE PRODUCCION	2025	2026	2027	2028	2029	2030
ACTIVOS	0	1	2	3	4	5
Maquinarias	\$506.79	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Muebles y enseres	\$576.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
TOTAL	\$1,082.79	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
INVERSION TOTAL	\$12,832.33				\$1,680.00	

Nota. Elaboración propia.

7.2 Presupuesto de ingresos.

Tabla 17

Presupuesto de ingresos.

Presupuesto de ingreso

Tasa de crecimiento de ventas			4%	4%	4%	4%	4%	
Producto	Cantidad mensual	PVP	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arreglo floral en ramo pequeño	80	\$15.00	\$1,200.00	\$14,400.00	\$14,976.00	\$15,575.04	\$16,198.04	\$16,845.96
Arreglo floral en ramo grande	40	\$25.00	\$1,000.00	\$12,000.00	\$12,480.00	\$12,979.20	\$13,498.37	\$14,038.30
Arreglo personalizado con flores artificiales	25	\$50.00	\$1,250.00	\$15,000.00	\$15,600.00	\$16,224.00	\$16,872.96	\$17,547.88
Arreglo personalizado con flores naturales	40	\$35.00	\$1,400.00	\$16,800.00	\$17,472.00	\$18,170.88	\$18,897.72	\$19,653.62
Total			\$4,850.00	\$58,200.00	\$60,528.00	\$62,949.12	\$65,467.08	\$68,085.77

Nota. Elaboración propia.

7.3 Presupuesto de egresos.

Tabla 18

Presupuesto de egresos.

		2025	2026	2027	2028	2029	2030
		0	1	2	3	4	5
ADMINISTRATIVOS	GASTOS		\$21,662.30	\$22,950.07	\$23,291.27	\$23,637.72	\$23,989.50
PRODUCCION	COSTOS		\$28,566.91	\$29,984.64	\$30,444.74	\$30,911.92	\$31,386.29
	TOTAL		\$50,229.21	\$52,934.71	\$53,736.00	\$54,549.64	\$55,375.80

Nota. Elaboración propia.

7.4 Presupuesto de capital de trabajo.

Tabla 19

Presupuesto capital de trabajo

PRESUPUESTO DE CAPITAL	
MESES NECESARIOS DE CAPITAL DE TRABAJO	2
EGRESO MENSUAL	\$4,185.77
CAPITAL DE TRABAJO NECESARIO	\$8,371.54
INVERSION INICIAL	

Nota. Elaboración propia.

7.5 Estructura de la inversión.

Tabla 20

Estructura de financiamiento

		20%	80%
		CAPITAL PROPIO	FINANCIAMIENTO BANCARIO
INVERSION INICIAL	\$12,832.33	\$2,566.47	\$10,265.86

Nota. Elaboración propia.

7.6 Estados financieros.

7.6.1 Estado de resultado integral

Tabla 21

Estado de resultado integral.

	2026	2027	2028	2029	2030
	1	2	3	4	5
Ventas	\$58,200.00	\$60,528.00	\$62,949.12	\$65,467.08	\$68,085.77
- Costos	\$28,566.91	\$29,984.64	\$30,444.74	\$30,911.92	\$31,386.29
= Utilidad Bruta	\$29,633.09	\$30,543.36	\$32,504.38	\$34,555.17	\$36,699.47
- Gastos fijos	\$21,662.30	\$22,950.07	\$23,291.27	\$23,637.72	\$23,989.50
- Gastos financieros	\$1,538.76	\$1,287.76	\$993.52	\$648.60	\$244.25
= Utilidad Operacional	\$6,432.03	\$6,305.53	\$8,219.59	\$10,268.85	\$12,465.72
- 15% participación a trabajadores	\$964.80	\$945.83	\$1,232.94	\$1,540.33	\$1,869.86
= Utilidad antes de impuesto a la renta	\$5,467.23	\$5,359.70	\$6,986.65	\$8,728.52	\$10,595.86
- 25% Impuesto a la Renta	\$1,366.81	\$1,339.92	\$1,746.66	\$2,182.13	\$2,648.97
= Utilidad Neta del Ejercicio	\$4,100.42	\$4,019.77	\$5,239.99	\$6,546.39	\$7,946.90
10% Pago Utilidades propietario	\$410.04	\$401.98	\$524.00	\$654.64	\$794.69
Utilidad despues de repartición	\$3,690.38	\$3,617.80	\$4,715.99	\$5,891.75	\$7,152.21
Utilidades retenidas	\$3,690.38	\$3,617.80	\$4,715.99	\$5,891.75	\$7,152.21

Nota. Elaboración propia.

7.6.2 Estado de situación general

Tabla 22

Estado de situación general.

	2025	2026	2027	2028	2029	2030
	0	1	2	3	4	5
Activos						
<i>Activos Corrientes</i>						

Caja	\$8,371.54	\$13,839.41	\$16,606.24	\$20,916.73	\$24,427.07	\$30,527.02
Activos Fijos						
Maquinarias	\$506.79	\$456.11	\$405.43	\$354.75	\$304.07	\$253.40
Equipos de computación	\$1,680.00	\$1,120.00	\$560.00	\$0.00	\$1,120.00	\$560.00
Equipos de oficina	\$650.00	\$585.00	\$520.00	\$455.00	\$390.00	\$325.00
Muebles y enseres	\$976.00	\$878.40	\$780.80	\$683.20	\$585.60	\$488.00
Activos intangibles	\$648.00	\$518.40	\$388.80	\$259.20	\$129.60	\$0.00
Total Activos	\$12,832.33	\$17,397.32	\$19,261.27	\$22,668.88	\$26,956.34	\$32,153.42
Pasivos						
Pasivos a Corto Plazo						
Préstamo Bancario	\$1,456.99	\$1,707.99	\$2,002.23	\$2,347.15	\$2,751.50	
Participación trab. Por pagar		\$964.80	\$945.83	\$1,232.94	\$1,540.33	\$1,869.86
Impuesto a la Renta por Pagar		\$1,366.81	\$1,339.92	\$1,746.66	\$2,182.13	\$2,648.97
Pasivos a Largo Plazo						
Préstamo Bancario	\$8,808.87	\$7,100.88	\$5,098.65	\$2,751.50	\$0.00	\$0.00
Total Pasivos	\$10,265.86	\$11,140.48	\$9,386.63	\$8,078.25	\$6,473.96	\$4,518.82
Patrimonio						
Utilidad del ejercicio	\$0.00	\$3,690.38	\$3,617.80	\$4,715.99	\$5,891.75	\$7,152.21
Utilidades retenidas	\$0.00		\$3,690.38	\$7,308.17	\$12,024.16	\$17,915.92
Total Patrimonio	\$2,566.47	\$6,256.84	\$9,874.64	\$14,590.63	\$20,482.38	\$27,634.59
Total Pasivo y Patrimonio	\$12,832.33	\$17,397.32	\$19,261.27	\$22,668.88	\$26,956.34	\$32,153.42

Nota. Elaboración propia.

7.6.3 Estado de flujo efectivo

Tabla 23

Estado de flujo efectivo.

	2025	2026	2027	2028	2029	2030
	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA						
Actividades de Operación						
Utilidad Neta		\$4,100.42	\$4,019.77	\$5,239.99	\$6,546.39	\$7,946.90
Depreciación		\$773.28	\$773.28	\$773.28	\$773.28	\$773.28
Amortización		\$129.60	\$129.60	\$129.60	\$129.60	\$129.60
15% Participación de Trabajadores		\$964.80	-\$18.98	\$287.11	\$307.39	\$329.53
25% Impuesto a la Renta		\$1,366.81	-\$26.88	\$406.74	\$435.47	\$466.83
Total de Actividades de Operación		\$7,334.91	\$4,876.79	\$6,836.72	\$8,192.13	\$9,646.14

Actividades de Inversión

Compra de activos fijos	-4,460.79				-1,680.00	
Venta de activos fijos						
Total de Actividades de Inversión	-4,460.79	\$0.00	\$0.00	\$0.00	-1,680.00	\$0.00
Actividades de Financiamiento						
Financiamiento externo	\$10,265.86	-\$1,456.99	-\$1,707.99	-\$2,002.23	-\$2,347.15	-\$2,751.50
Financiamiento accionario	\$2,566.47					
Pago a accionistas		-\$410.04	-\$401.98	-\$524.00	-\$654.64	-\$794.69
Total de Actividades de Financiamiento	\$12,832.33	-\$1,867.03	-\$2,109.97	-\$2,526.23	-\$3,001.79	-\$3,546.19
Flujo Neto	\$8,371.54	\$5,467.87	\$2,766.83	\$4,310.49	\$3,510.34	\$6,099.95
Flujo Neto Acumulado	\$8,371.54	\$13,839.41	\$16,606.24	\$20,916.73	\$24,427.07	\$30,527.02

Nota. Elaboración propia.

7.7 Costo de oportunidad.

Tabla 24

Costo de oportunidad.

Ke	10%
CAA	\$ 2,566.47
D	\$ 10,265.86
Kd	16.00%
T	33.70%
WACC	
(CPP) =	10.49%

Nota. Elaboración propia.

7.8 Evaluación financiera.

Tabla 25

Evaluación financiera.

	2025	2026	2027	2028	2029	2030
	0	1	2	3	4	5
FLUJO EFECTIVO	\$8,371.54	\$5,467.87	\$2,766.83	\$4,310.49	\$3,510.34	\$6,099.95
VAN	\$12,011.24					
TIR	21%					
COSTO OPORTUNIDAD	10.49%					

Nota. Elaboración propia.

7.9 Periodo de la recuperación de la inversión.

Tabla 26

Periodo de la recuperación de la inversión (PRI)

Año	Flujo de efectivo	Flujo de efectivo acumulado
0	-\$12,832.33	
1	\$5,467.87	\$5,467.87
2	\$2,766.83	\$8,234.70
3	\$4,310.49	\$12,545.19
4	\$3,510.34	\$16,055.53
5	\$6,099.95	\$22,155.48
Periodo de recuperación de la inversión (PRI)		3.07

Nota. Elaboración propia.

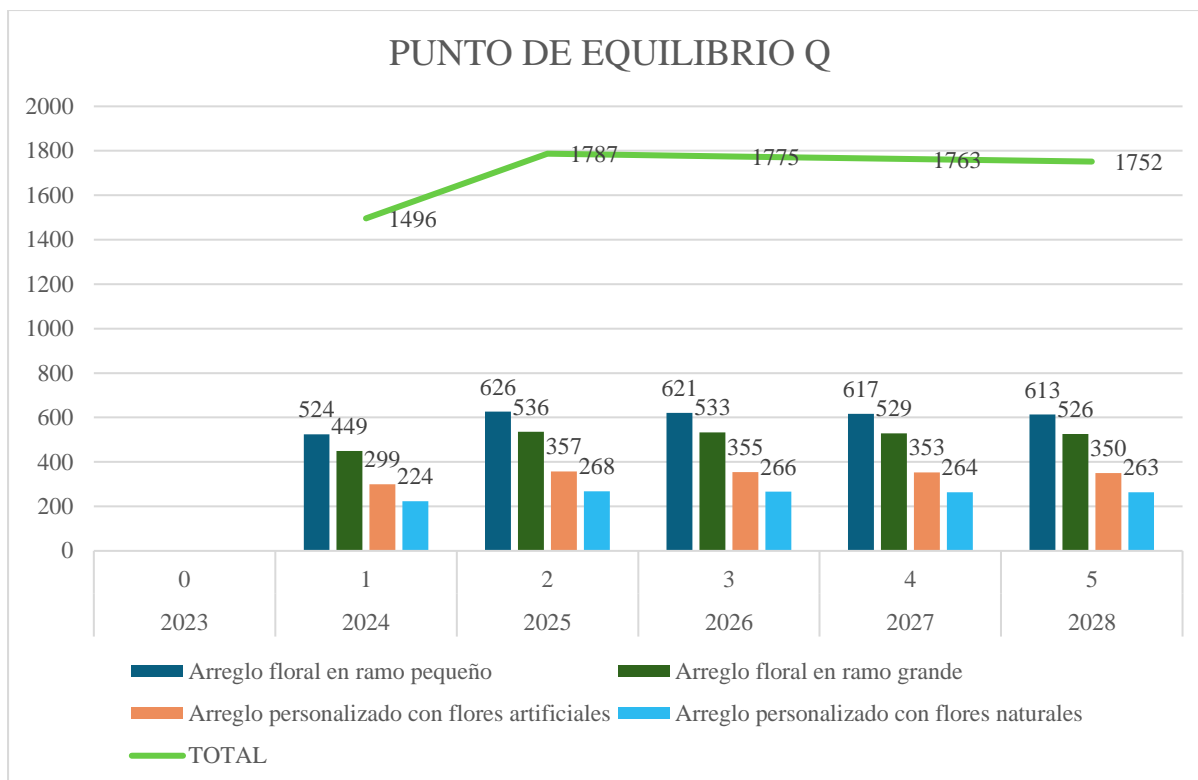
7.10 Punto de equilibrio anual.

Tabla 27

Punto de equilibrio Q

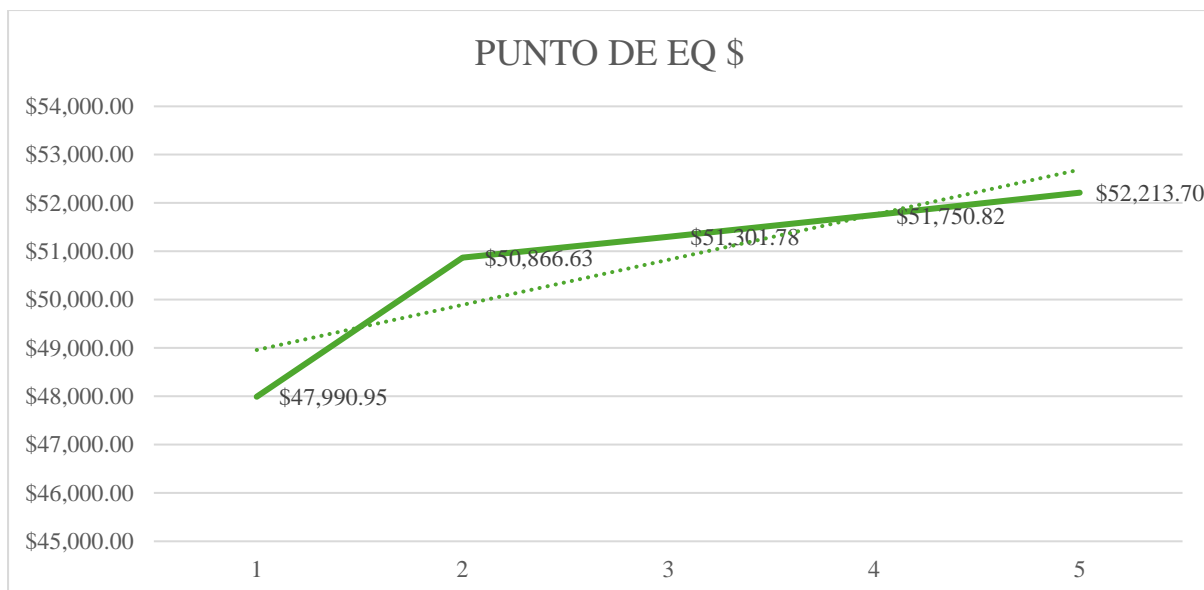
PUNTO DE EQUILIBRIO Q	2023	2024	2025	2026	2027	2028
	0	1	2	3	4	5
Arreglo floral en ramo pequeño		524	626	621	617	613
Arreglo floral en ramo grande		449	536	533	529	526
Arreglo personalizado con flores artificiales		299	357	355	353	350
Arreglo personalizado con flores naturales		224	268	266	264	263
TOTAL		1496	1787	1775	1763	1752

Nota. Elaboración propia.

Figura 20*Punto de equilibrio Q**Nota.* Elaboración propia.**Tabla 28***Punto de equilibrio Q\$*

PUNTO DE EQ \$	2023	2024	2025	2026	2027	2028
	0	1	2	3	4	5
Arreglo floral en ramo pequeño		\$10,498.02	\$9,537.49	\$9,619.08	\$9,703.28	\$9,790.07
Arreglo floral en ramo grande		\$13,497.45	\$13,624.99	\$13,741.55	\$13,861.83	\$13,985.81
Arreglo personalizado con flores artificiales		\$14,997.17	\$18,166.65	\$18,322.06	\$18,482.44	\$18,647.75
Arreglo personalizado con flores naturales		\$8,998.30	\$9,537.49	\$9,619.08	\$9,703.28	\$9,790.07
TOTAL		\$47,990.95	\$50,866.63	\$51,301.78	\$51,750.82	\$52,213.70

Nota. Elaboración propia.

Figura 21*Punto de equilibrio Q\$**Nota.* Elaboración propia.

8. Conclusiones.

- El estudio de mercado demostró que existe una alternativa de compra y hábitos de consumo favorables hacia los arreglos florales en la ciudad de Manta, lo que confirma una demanda potencial para el emprendimiento.
- El análisis técnico y organizacional determinó que la infraestructura y la estructura administrativa planteadas son adecuadas para garantizar un funcionamiento eficiente y cubrir la demanda proyectada en la ciudad de Manta.
- Las estrategias de marketing plantearon una diferenciación con la variedad de flores y la personalización de los arreglos florales destacando aquello como una ventaja competitiva clave frente a otros competidores, permitiendo a Casa Floral EMES destacarse en un mercado saturado y responder de manera única a las necesidades y preferencias de los clientes.
- El análisis financiero evidenció que el proyecto es rentable, dado que, la Tasa Interna de Retorno dio un valor de 21% superando el costo de oportunidad de 10.49%, y el Valor Actual Neto es \$12,011.24, siendo positivo, lo que confirma que la investigación generará beneficios.

9. Recomendaciones.

- Se recomienda aprovechar el potencial del mercado implementando las estrategias mencionadas en donde se combine la diferenciación de productos, tecnología y personalización, para captar y fidelizar clientes.
- Es imprescindible ejecutar el plan operativo definido, asegurando que todos los colaboradores de Casa Floral EMES operen bajo los parámetros establecidos, y complementarlo con un programa continuo de mejora y capacitación.
- Se aconseja comunicar claramente el valor agregado del emprendimiento en las campañas publicitarias a través de sus redes sociales, resaltando la exclusividad y originalidad de los diseños como elemento distintivo en el mercado.
- Considerando la viabilidad económica y el respaldo de los indicadores financieros positivos, se recomienda proceder con la puesta en marcha del emprendimiento de arreglos florales en la ciudad de Manta.

Bibliografía

- Armas, E. A. (24 de Agosto de 2022). *Redes Sociales: Impacto en PYMEs*. eadea. <https://www.eadea.net/blog/redes-sociales-en-las-empresas#:~:text=Los%20medios%20sociales%20influyen%20en%20las%20decisiones%20de%20compra&text=Es%20importante%20que%20las%20PYME,marca%20y%20aumentar%20las%20ventas.>
- Arthur A, T., John E, G., Margaret A, P., & III, A. J. (2012). *Administración Estratégica. Teoría y casos*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES.
- Dirección Nacional de Registros Públicos (DINARP). (29 de Diciembre de 2023). *Inscripción de Constitución de Compañías o Sociedades*. Gob.ec Portal Único de Trámites Ciudadanos. <https://www.gob.ec/dinarp/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- El Comercio. (15 de Abril de 2024). *El desempleo y las bajas ventas evidencian el pobre desempeño económico del Ecuador*. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/desempleo-bajas-ventas-liquidez-crisis-economica-ecuador.html>
- EsHowto. (s.f.). *Los mejores sustitutos de la espuma floral para crear arreglos florales más sostenibles*. EsHowto. <https://hogar.eshowto.com/garden/1001036294.html>
- Frances, L. (21 de Julio de 2022). *La revolución del diseño floral latinoamericano*. Latex. <https://latexmagazine.com/la-revolucion-del-diseno-arte-floral-latinoamericano/>
- García, Á. (10 de Enero de 2024). *La crisis del Estado en Ecuador*. El Salto <https://www.elsaltodiario.com/ecuador/crisis-del-estado-ecuador>
- KOTLER, P. y. (2013). *Fundamentos de marketing. Decimoprimer edición*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- LA audacia del Cambio. (2023). *Decoración con Flores como Oportunidad para Emprender*. LA audacia del Cambio. <https://www.laaudiadelcambio.com/decoracion-con-flores-como-oportunidad-para-emprender/>
- La Hora. (20 de Diciembre de 2023). *El desempleo superaría el 6,5% en América Latina en 2024*. La Hora. <https://www.lahora.com.ec/mundo/recuperacion-insuficiente-empleo-america-latina/>

- La Hora. (11 de Enero de 2023). *La economía y el entorno para hacer negocios son los principales damnificados de la creciente inseguridad*. La Hora. <https://www.lahora.com.ec/pais/economia-entorno-hacer-negocios-principales-damnificados-creciente-inseguridad/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2013). *El 82,3% de Mipymes en el Ecuador utilizan Internet*. Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2020). *Con apoyo internacional, Ecuador se beneficia de un plan para que las pequeñas empresas accedan al Comercio Electrónico*. Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/con-apoyo-internacional-ecuador-se-beneficia-de-un-plan-para-que-las-pequenas-empresas-accedan-al-comercio-electronico/#>
- Muñoz, E. (1 de Agosto de 2023). *De profesión, artista floral: fusión de naturaleza y creatividad más allá del clásico ramo*. EL PAIS. <https://elpais.com/estilo-de-vida/2023-08-02/de-profesion-artista-floral-fusion-de-naturaleza-y-creatividad-mas-alla-del-clasico-ramo.html>
- PNUD. (26 de Marzo de 2024). *El PNUD en Ecuador fortalece el apoyo a las PYMES junto a PRODUBANCO*. PNUD. [https://www.undp.org/es/ecuador/noticias/el-pnud-en-ecuador-fortalece-el-apoyo-las-pymes-junto-produbanco#:~:text=26%20de%20Marzo%20de%202024.%20El%20Programa,\(PYMES\)%20a%20trav%C3%A9s%20de%20servicios%20no%20financieros.](https://www.undp.org/es/ecuador/noticias/el-pnud-en-ecuador-fortalece-el-apoyo-las-pymes-junto-produbanco#:~:text=26%20de%20Marzo%20de%202024.%20El%20Programa,(PYMES)%20a%20trav%C3%A9s%20de%20servicios%20no%20financieros.)
- Primicias. (1 de Junio de 2023). *Banco Mundial entregará USD 300 millones para financiar pymes en Ecuador*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/banco-mundial-nuevo-credito-ecuador/>
- Rojas, J. (25 de Agosto de 2023). *Ecuador: inestabilidad política*. Radios UCR. <https://radios.ucr.ac.cr/2023/08/radio-universidad/inestabilidad-politica-ecuador/>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI). (17 de Agosto de 2021). *Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras*. Gob.ec Portal Único de Trámites Ciudadanos.

<https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-marcas-productos-servicios-unico-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-extranjeras>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS). (15 de Enero de 2024).

Constitución de sociedades por acciones simplificadas. Gob.ec Portal Unico de Trámites Ciudadanos. <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones->

simplificadas#:~:text=La%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas,un%20tr%C3%A1mite%20simplificado%20sin%20costo.

The Latin American Post Staff Send. (12 de Marzo de 2024). *La industria floral de Ecuador florece a pesar de los desafíos*. The Latin American Post Staff Send an email.

<https://latinamericanpost.com/es/negocios-y-finanzas/la-industria-floricola-de-ecuador-florece-en-medio-de-desafios/>

Vaisman, R. (22 de Julio de 2022). *Cinco estudios florales en Latinoamérica para*

enamorarse del arte botánico. AD. <https://www.admagazine.com/articulos/arte-floral-en-latinoamerica>

Anexos

Formato de la encuesta

1. ¿En qué parroquia de la ciudad de Manta vive?

Eloy Alfaro

Los Esteros

Manta

San Mateo

Tarqui

San Lorenzo

Santa Marianita

2. ¿Con qué frecuencia y en qué ocasiones suele comprar arreglos florales?

Semanalmente, para decorar mi hogar/oficina

Mensualmente, para ocasiones especiales (cumpleaños, aniversarios)

Ocasionalmente, para eventos como bodas o celebraciones

Solo en festividades importantes (Día de San Valentín, Día de la Madre)

Rara vez, cuando surge una necesidad específica

3. ¿Qué tipos de flores prefiere en sus arreglos florales?

Flores naturales

Flores artificiales

Ambas

4. ¿Cuál es el tipo de recipiente o base que normalmente prefiere cuando compra arreglos florales?

Jarrones de vidrio

Cestas de mimbre

Macetas de cerámica

Cajas decorativas

Papel decorativo o envoltura

Bases de madera rústica

Otro (por favor especifique)

5. ¿Qué canales de compra prefiere para adquirir arreglos florales?

Tiendas físicas

En línea (Redes sociales y/o página web)

Mercados

Otros

6. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un arreglo floral?

Menos de \$20

Entre \$20 - \$50

Más de \$50

7. ¿Cuál es el método de pago que prefiere utilizar al adquirir arreglos florales?

Tarjeta de crédito/debito

Transferencia bancaria

Pago en efectivo

8. ¿Qué característica es más importante para usted al adquirir un arreglo floral?

Calidad de las flores

Precio

Originalidad del diseño

Durabilidad

Servicio de entrega

Otro (por favor especifique)

9. ¿Qué tan importante es para usted encontrar arreglos florales que sean exclusivos o distintivos en comparación con los que se encuentran en lugares comunes de venta?

Muy importante

Importante

Indiferente

Poco importante

Nada importante

10. ¿Hay algún motivo que le ha hecho dudar o evitar comprar arreglos florales antes?

No he tenido ningún motivo para no comprar

Experiencias previas negativas con el servicio al cliente

Precios elevados

Incertidumbre sobre la entrega o condiciones de envío

Otra

11. ¿Qué tan satisfecho está con las opciones actuales de arreglos florales en Manta?

Muy satisfecho

Satisfecho

Indiferente

Insatisfecho

Muy insatisfecho

12. ¿Hay algún tipo de arreglo floral o servicio relacionado que le gustaría ver disponible, pero que no ha encontrado en el mercado?

Arreglos personalizados según ocasión

Servicios de suscripción para envíos regulares

Arreglos con flores exóticas o poco comunes

Ninguno, estoy satisfecho con las opciones actuales

Otro (por favor especifique)

13. Si surgiera un emprendimiento en la ciudad de Manta que ofreciera arreglos florales con mejor calidad, precio y servicio, ¿consideraría dejar de comprar en su lugar habitual?

Si

No

Tal vez

Google forms: <https://forms.gle/HhuV8eiiCnwvJosa9>

Ilustración 4

Folleto informativo.

Diseño Floral

Somos un emprendimiento en línea ubicado en Manta, dedicado a la creación de arreglos florales personalizados, diseñados con flores naturales y artificiales según la preferencia de nuestros clientes.

Nuestro compromiso es ofrecer calidad, innovación y un toque de elegancia en cada arreglo.

Contacto

WhatsApp
0939432251

Sitio Web
www.casaflorales.com.ec

Redes Sociales
@Casaflorales.ec

Realzamos la belleza de los espacios con detalles florales únicos

Casa Floral
EMES

Nota. Elaboración propia.

Ilustración 5

Folleto informativo.

Productos

- Arreglo floral en ramo pequeño
- Arreglo floral en ramo grande
- Arreglo personalizado con flores artificiales
- Arreglo personalizado con flores naturales

NUESTRA Misión

Crear diseños florales que se adapten a las necesidades y preferencias del cliente, brindándoles la opción de escoger entre la frescura de un arreglo floral natural o la durabilidad de un arreglo floral artificial, garantizando la más alta satisfacción en cada arreglo y servicio.

Creemos en la magia de los detalles y trabajamos para que cada creación sea única

NUESTRA Visión

Para el año 2030 aspiramos ser el referente de innovación y excelencia en el mercado de arreglos florales en la ciudad de Manta.

Nota. Elaboración propia.