



**UNIVERSIDAD ESTADAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL**  
**Y DERECHO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA**  
**OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**EMPRENDIMIENTO**

**TEMA: PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE**  
**ADORNOS CON PLANTAS ORNAMENTALES EN LA CIUDAD DE**  
**MILAGRO**

**Autores:**

Sra. PALOMEQUE HERMIDA DIANA FERNANDA

**Tutor:**

Phd. Fabiani Orbea Bremero Leonardo

**Milagro, Octubre 2019**

**ECUADOR**

## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.  
Fabricio Guevara Viejó, PhD.  
**RECTOR**  
**Universidad Estatal de Milagro**  
Presente.

Yo, Palomeque Hermida Diana Fernanda en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad (emprendimiento) , de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 29 de octubre de 2019



Palomeque Hermida Diana Fernanda  
Autor 1  
C.I: 0922280961

## APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO

Yo, Fabiani Orbea Bremero Leonardo en mi calidad de tutor del Emprendimiento, elaborado por la estudiante Palomeque Hermida Diana Fernanda, cuyo tema de trabajo de Titulación es **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE ADORNOS CON PLANTAS ORNAMENTALES EN LA CIUDAD DE MILAGRO**, que aporta a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad (emprendimiento) previo a la obtención del Grado **INGENIERA COMERCIAL**; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 29 de octubre de 2019



---

Fabiani Orbea Bremero Leonardo  
Tutor  
C.I: 120460793-9

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. Fabiani Orbea Bremero Leonardo

Mgtr. Pérez Salazar Jazmín Alexandra

Phd. Fernández Ronquillo Mario Alfredo

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA COMERCIAL presentado por la estudiante Palomeque Hermida Diana Fernanda

Con el tema de trabajo de Titulación: **Proyecto de Inversión para la elaboración de adornos con plantas ornamentales en la ciudad de Milagro.**

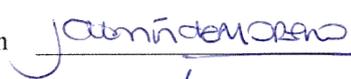
Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

Estructura	[10.00]
Defensa oral	[18.00]
Total	[28.00]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 29 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	Fabiani Leonardo	Orbea	Bremero	
Secretario (a)	Pérez Alexandra	Salazar	Jazmín	
Integrante	Fernández Alfredo	Ronquillo	Mario	

## **DEDICATORIA**

*Dedicado a Dios, a mi madre, a mi hija y a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron para el logro de mi objetivo.*

*Atentamente,*

*Diana Palomeque*

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios todopoderoso quien me dio la existencia y la oportunidad de emprender este camino de lucha y perseverancia hasta lograrlo. A mi madre por ser la fuente de mi inspiración para realizar este proyecto y por ser ese ejemplo de valentía, fortaleza y apoyo incondicional, a mi hija por su nobleza y por su inmensa comprensión, por ser la dulzura de mi vida y la fuerza de mi corazón.*

*Agradezco a mi familia y a todos aquellos que fueron apoyo en esta trayectoria y a todos los que de alguna forma contribuyeron para alcanzar este logro.*

*Atentamente,*

*Diana Palomeque*

*Inmensamente ¡Gracias!*

## ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO .....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	IV
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
RESUMEN .....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN .....	3
CAPÍTULO 1.....	4
1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....	4
1.1. Descripción del negocio .....	4
1.2. Misión .....	4
1.3. Visión .....	4
1.4. Objetivo General .....	4
1.5. Objetivos Específicos .....	4
1.6. FODA.....	5
CAPÍTULO 2.....	6
2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN .....	6
2.1. Análisis del mercado .....	6
2.2. Mercado de la demanda.....	8
2.3. Investigación de Mercado.....	8
2.4. Resultados de la encuesta .....	10
2.5. Plan de Marketing.....	14
2.6. Flujograma de canales de distribución.....	16
2.7. Flujograma de canales de distribución y comunicación.....	16
2.8. Logo .....	18
2.9. Slogan.....	18
CAPÍTULO 3.....	19
3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS .....	19
3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio .....	19

3.2.	Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse .....	20
3.3.	Instalaciones .....	21
3.4.	Maquinarias y equipo con sus respectivos costos .....	21
3.5.	Localización del negocio: macro y micro localización .....	22
3.6.	Tamaño.....	23
CAPÍTULO 4.....		24
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	24
4.1.	Tipo de organización .....	24
4.2.	Estructura organizacional .....	24
4.3.	Funciones y responsabilidades.....	24
4.4.	Flujo de procesos administrativo .....	26
CAPÍTULO 5.....		28
5.	ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL.....	28
5.1.	Normativa relacionada con el emprendimiento .....	28
5.2.	Descripción del impacto ambiental.....	33
5.3.	Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación) .....	33
CAPÍTULO 6.....		35
6.	ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO.....	35
6.1.	Inversión y fuentes de financiamiento .....	35
6.2.	Proyección de Ingresos .....	36
6.3.	Proyección de egresos .....	37
CAPÍTULO 7.....		39
7.	ESTUDIO FINANCIERO.....	39
7.1.	Estado de situación inicial .....	39
7.2.	Estados financieros proyectados .....	40
7.3.	Flujo de Caja .....	42
7.4.	Análisis de la rentabilidad .....	42
7.5.	Análisis de sensibilidad .....	43
CONCLUSIONES .....		45
RECOMENDACIONES .....		46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		47
ANEXOS .....		50

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> ¿Considera usted atractivas las plantas ornamentales? .....	10
<b>Figura 2:</b> ¿Considera usted la decoración de su jardín con plantas naturales?.....	11
<b>Figura 3:</b> ¿Usted gusta de las plantas ornamentales? .....	11
<b>Figura 4:</b> ¿Considera usted que la ubicación del local: km 6 ½ vía Milagro-Naranjito está al alcance de su domicilio? .....	12
<b>Figura 5:</b> ¿Estaría usted dispuesto adquirir plantas ornamentales?.....	12
<b>Figura 6:</b> ¿Considera usted la personificación de diseños en la elaboración de adornos con plantas ornamentales como una atención de calidad?.....	13
<b>Figura 7:</b> ¿Considera usted el asesoramiento técnico con respecto al cuidado de las plantas ornamentales como un valor agregado al momento de la compra de adornos con plantas ornamentales? .....	13
<b>Figura 8:</b> ¿Recomendaría adquirir adornos con plantas ornamentales? .....	14
<b>Figura 9:</b> Componentes del Marketing Mix .....	14
<b>Figura 10:</b> Canales de Distribución Directo .....	16
<b>Figura 11:</b> Canales de Distribución Indirecto Corto .....	16
<b>Figura 12:</b> Canales de Distribución y Comunicación.....	17
<b>Figura 13:</b> Logo de Lúa Gardens .....	18
<b>Figura 14:</b> Slogan de Lúa Gardens.....	18
<b>Figura 15:</b> Proceso del bien o servicio .....	19
<b>Figura 16:</b> Oficina Administrativa de Lúa Gardens .....	21
<b>Figura 17:</b> Recibido y Área de exposición de Lúa Gardens.....	21
<b>Figura 18:</b> Localización Macro del negocio.....	22
<b>Figura 19:</b> Localización Micro del negocio .....	23
<b>Figura 20:</b> Estructura Organizacional.....	24
<b>Figura 21:</b> Flujo del Proceso Administrativo .....	26

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Matriz FODA.....	5
<b>Tabla 2:</b> Matriz - Marketing Mix .....	15
<b>Tabla 3:</b> Maquinaria y Equipos.....	22
<b>Tabla 4:</b> Tamaño de las instalaciones .....	23
<b>Tabla 5:</b> Instalación, equipos y maquinarias para administración .....	27
<b>Tabla 6:</b> Activos Fijo .....	35
<b>Tabla 7:</b> Capital de Trabajo .....	35
<b>Tabla 8:</b> Depreciaciones.....	36
<b>Tabla 9:</b> Proyección de ventas para Clientes .....	36
<b>Tabla 10:</b> Proyección de ventas para Distribuidor .....	37
<b>Tabla 11:</b> Materia Prima .....	37
<b>Tabla 12:</b> Costos Directos e Indirectos de Fabricación .....	38
<b>Tabla 13:</b> Gastos .....	38
<b>Tabla 14:</b> Balance Inicial .....	39
<b>Tabla 15:</b> Balance General .....	40
<b>Tabla 16:</b> Estado de Resultados .....	41
<b>Tabla 17:</b> Flujo de Caja.....	42

# **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE ADORNOS CON PLANTAS ORNAMENTALES EN LA CIUDAD DE MILAGRO**

## **RESUMEN**

El presente proyecto de inversión tiene como fin brindar las herramientas necesarias para poder determinar la factibilidad de la idea de negocio planteada cuyo objetivo es ofertar especies de plantas ornamentales en diseños específicos permitiendo obtener un producto diferente e innovador. El estudio cuenta con diferentes capítulos que van desde la presentación de la idea de negocio, el estudio de mercado, las estrategias de mercado, normativa legal, estudio económico y el análisis financiero correspondiente, permitiendo obtener información relevante que permitirá tomar decisiones sobre su rentabilidad, es importante resaltar la ventaja competitiva del producto es el asesoramiento técnico y el valor agregado es la personificación de los diseños. El emprendimiento cuenta con un amplio mercado de cliente potenciales que explotados de manera adecuado puede generar sustanciales ingresos. El ornato de los espacios de los hogares o locales debe ser impulsado como cultura general en la sociedad.

**PALABRAS CLAVE:** Producto, Gama, Diseño, Ornato, Emprendimiento.

# **INVESTMENT PROJECT FOR THE ELABORATION OF ORNAMENTS WITH ORNAMENTAL PLANTS IN MILAGRO'S CITY**

## **ABSTRACT**

The object of this business plan is to provide the needed tools to determine the feasibility of the proposed business idea whose objective is to offer species of ornamental plants in specific designs allowing to obtain a different and innovative product. The study has different chapters ranging from the presentation of the business idea, the marketing study, marketing strategies, legal regulations, economic study and the corresponding financial analysis, allowing to obtain relevant information that will allow to make decisions about its profitability, it is important to highlight the competitive advantage of the product is the technical advice and the added value is the personification of the designs. The entrepreneurship has a large market of potential customers and if they were exploited in an appropriate way, they would generate substantial earnings. The ornament of houses spaces or premises should be promoted as a general culture in society.

**KEY WORDS:** Products, Spectrum, Designs, Ornament, Entrepreneurship.

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio corresponde al proyecto de inversión de Lúa Gardens. Muchas personas disfrutan de la belleza innata de las plantas ornamentales, admirando la complejidad de su belleza desarrollan gusto especial por tenerla en sus hogares, es por esta razón que a través de esta investigación se pretende determinar la factibilidad del negocio. El papel que juega la naturaleza en nuestra vida es una temática olvidada, esta por el crecimiento urbanístico y mercantil de las ciudades impacta el medio ambiente y este empieza a sufrir los embates del progreso, provocando problemas en el equilibrio ecológico, afectando el bienestar de las personas. Las plantas son la fuente principal de oxígeno, pero son un ser viviente poco comprendido y la idea de negocio tiene como objetivo impulsar el cultivo y adquisición de plantas ornamentales a través de decoraciones diseñadas de manera espontánea con la finalidad de que los clientes futuros puedan llevar un espacio verde aunque sea pequeño a sus hogares.

El proyecto de inversión cuenta con información específica y relevante para poder obtener datos que permitan tomar decisiones en el momento, desea dar a conocer no solo las cifras numéricas, sino también el valor agregado que cada producto decorativo trae consigo. No todas las especies de plantas se cuidan de igual manera o tienen los mismos requerimientos. Lúa Gardens cuenta con instalaciones adecuadas para el cultivo, cuidado, reproducción, siembra y exposición del producto decorativo, además se encuentra ubicado en una zona comercial transitada en el km. 6 ½ Vía a Naranjito, la amplitud de su local permite atender las necesidades de varios clientes a la vez, orientándolos en el cuidado de las especies que están adquiriendo. Para el desarrollo de todo el proyecto de inversión se ha aplicado metodología basada en el investigación de campo, descriptiva, explicativa, el método inductivo y la aplicación de herramientas como la encuesta para la recolección de datos, obteniendo de los cuales información de primera mano para estructurar el estudio no solo de mercado, sino también económico y financiero. En base a lo analizado en el presente estudio se ha extraído un aporte científico que motiva la creación de conciencia verde, promoviendo la aceptación de las especies ornamentales como parte de los elementos de los hogares, permitiendo que las personas gocen de sus beneficios.

## **CAPÍTULO 1**

### **1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO**

#### **1.1. Descripción del negocio**

El presente negocio muestra las actividades económicas basadas en la elaboración de adornos con plantas ornamentales para espacios abiertos e interiores de locales, empresas, hogares, etc. Se desea implementar una gama de productos con detalles decorativos específicos que permitan al cliente escoger el que se armonice con su espacio de desarrollo a decorar. Los productos decorativos están diseñados para que las especies de plantas puedan desarrollarse en el espacio en las que sean colocadas, para ello se darán las indicaciones respectivas de cuidados a los clientes.

#### **1.2. Misión**

Somos un equipo proactivo experimentado en el ámbito decorativo ornamental, que busca fomentar el desarrollo sostenible, elaborando adornos con plantas ornamentales en la ciudad de Milagro.

#### **1.3. Visión**

Ser líder en la elaboración de adornos con plantas ornamentales a nivel local y nacional, promoviendo una mejor calidad de vida a nuestros clientes.

#### **1.4. Objetivo General**

Elaborar una gama de productos decorativos utilizando especies ornamentales que permitan resaltar el ornato interior y exterior de los espacios.

#### **1.5. Objetivos Específicos**

- Definir diseños para los productos decorativos.
- Clasificar especies de plantas ornamentales para interior y exterior.
- Elaborar gama de productos decorativos.

## 1.6. FODA

El análisis FODA permite conocer cómo podemos aplicar este proyecto de inversión de manera adecuada. Esta es una herramienta sencilla de implementar y que permite a su vez conocer claramente la dirección que debe llevar el emprendimiento dentro del mercado.

**Tabla 1** Matriz FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocimiento y dominio de los productos.</li><li>• Experiencia en decoración de áreas verdes</li><li>• Rotación de inventario.</li><li>• Variedad de producto.</li><li>• Tiempo de entrega del producto</li><li>• Precios accesibles.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estética externa del local.</li><li>• Falta de promoción de los productos.</li><li>• Poco personal especializado en el manejo de los productos.</li><li>• Venta de especies que perecen con la falta de cuidados</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Crecimiento local.</li><li>• Explotación de la actividad comercial de la localidad.</li><li>• Captación de clientes objetivos.</li><li>• Incremento de la gama de productos ofertados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Políticas Gubernamentales para permisos de funcionamiento.</li><li>• Decisiones gubernamentales tributarias.</li><li>• Competencia</li><li>• Disminución del poder adquisitivo de los clientes</li></ul>

La tabla expresa el análisis de los componentes del FODA

**Elaborado por:** Diana Palomeque

## **CAPÍTULO 2**

### **2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN**

#### **2.1. Análisis del mercado**

##### **2.1.1. Mercado de consumo**

El mercado de consumo para este producto es aquel conformado por todas las personas con poder adquisitivo, mayores de edad y de cualquier sexo.

##### **2.1.2. Segmento de Mercado de Consumo de Preferencia**

El segmento de mercado identificado es el conformado por las personas de clase media, media-alta y alta, con poder adquisitivo y con gusto por las plantas ornamentales ya sean de interior y/o exterior.

##### **2.1.3. Tipo de consumidor**

El consumidor promedio de este producto son las mujeres a partir de 30 años con gusto por las especies ornamentales.

##### **2.1.4. Potencial de mercado**

Se aspira general un mercado potencial no solo distribuyendo los productos ornamentales en el lugar de elaboración sino creando canales de distribución directa con centros comerciales que ampliarían la cadena de distribución.

##### **2.1.5. Identificación y Caracterización de la Demanda**

La demanda de especies de plantas ornamentales es constante, son muy utilizadas en las regeneraciones de los espacios verdes de las ciudades y hogares en general, por lo que se puede desarrollar un producto de características exclusivas que permita llevar los espacios verdes a oficinas, locales, salas, etc. optimizando el espacio y los recursos de cuidado.

### **2.1.6. Identificación y Caracterización de la Oferta**

Se ha diseñado un producto que brinda calidad y durabilidad para ofrecer a nuestros clientes los cuales pueden adquirir una especie que podrán disfrutar por un periodo prolongada de tiempo.

### **2.1.7. Ventajas Competitivas**

La ventaja competitiva identificada es la particularidad del producto de decoración ornamental, la misma cuenta con las características propicias para garantizar durabilidad con el valor agregado de la asesoría técnica de cuidado de este tipo de producto.

### **2.1.8. Estructura competitiva: Análisis de las cinco fuerzas de Porter**

Para establecer la competitividad se aplica el análisis de las fuerzas de Porter. Riquelmer (2005) nos dice. “Las Fuerzas de Porter son una herramienta de negocio que permite maximizar la utilización de los recursos para superar lo ofertado por la competencia” (pág. 2).

#### **Poder de negociación con los clientes**

- El poder de negociación de los clientes es moderado, el gusto por las especies de plantas ornamentales es exclusivo y direccionado a un grupo específico de clientes.

#### **Poder de negociación con proveedores**

- El número de proveedores utilizados es reducido, por lo general las especies de plantas se cultivan directamente en el vivero y lo que los proveedores entregan son accesorios para decorar.

#### **Barreras de entrada**

- Competencia de productos similares ya posicionados.
- Falta de capital para las campañas de marketing.
- Cambio de gustos de los clientes

#### **Barreras de salida**

- Decoraciones a base de especies plásticas.

#### **Rivalidad entre los competidores**

- La competencia en este segmento de mercado es alta, existen varios competidores que brindan el mismo servicio.

## 2.2. Mercado de la demanda

### 2.1.1 Segmentación del mercado

#### Segmentación Geográfica:

- País: Ecuador
- Provincia: Guayas
- Ciudad: Milagro
- Recinto: Linderos de Venecia

#### Segmentación demográfica:

- Edades: > 25 años
- Sexo: indistinto
- Ingresos: básico
- Profesión: no requiere
- Estatus Social: Medio; medio-alto; alto
- Religión: indistinta

#### Segmentación Psicográfica:

- Personalidad: afectiva
- Estilo de vida: estable
- Intereses: ecológicos

#### Segmentación Conductual:

- Búsqueda del beneficio: armonía y relajación
- Ocasión de compra: frecuente
- Fidelidad a la marca: alta

## 2.3. Investigación de Mercado

### 2.3.1. Delimitación del problema

La delimitación del presente proyecto permitirá alcanzar los objetivos propuestos y establecer posibles soluciones del tema estudiado.

- **Ubicación Geográfica:** Milagro
- **Ubicación Temporal:** Recinto Linderos de Venecia
- **Área de Investigación:** Comercial

### 2.3.2. Tamaño de la muestra

El cálculo de la muestra se realiza con la aplicación de una fórmula para poblaciones infinitas, según Sampieri, Fernández Collado, & Baptista (1991) afirman. “La muestra es un conjunto de individuos que se desprende de la población” (pág. 263).

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

n = Tamaño de la muestra

e = 0.05 error de la muestra

p = 0,5 probabilidad a favor (número de casos que ocurran)

q = 0,5 probabilidad en contra (casos restantes)

z = 1.96 nivel de confianza

La población económicamente activa correspondiente a la clase media, media alta y alta del cantón Milagro de acuerdo al Instituto de Estadísticas y Censos (2010) es. “49721 habitantes” (pág. 3).

Para determinar la muestra se produce al desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{49.721(0.5)(0.5)}{\frac{(49.721 - 1)(0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.5) * (0.5)}$$
$$n = \frac{(49.721)(0,25)}{\frac{(49.720)(0.0025)}{(3.8416)} + (0.25)}$$
$$n = \frac{12430.25}{\frac{124.30}{3.8416} + (0.25)}$$
$$n = \frac{12430.25}{32.3563099 + (0.25)}$$
$$n = \frac{12430.25}{32.6063099}$$

$$n = 381$$

El tamaño de la muestra probabilística es de 381 personas; escogidas de forma aleatoria a quienes se les aplicara el estudio.

### 2.3.3. Método de muestreo aleatorio simple

El método de muestreo aleatorio consiste según Otzen & Manterola (2017) en:

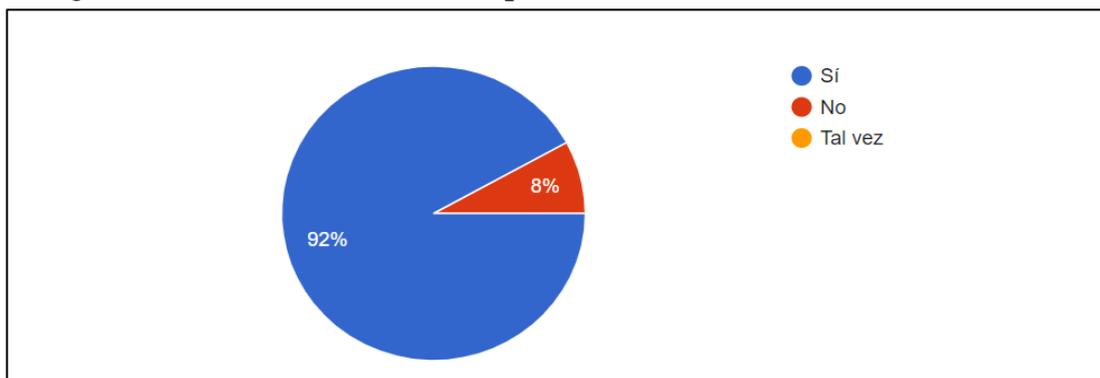
Garantiza que todos los individuos que componen la población blanca tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra. Esto significa que la probabilidad de selección de un sujeto a estudio “x” es independiente de la probabilidad que tienen el resto de los sujetos que integran forman parte de la población blanco (pág. 228).

La técnica de investigación escogida para determinar la muestra permite seleccionar a los individuos que formarán parte de la investigación al azar. Este método permitió escoger a los sujetos de manera aleatoria porque permite seleccionarlos sin que se afecte el proceso de recolección de datos y el curso de la investigación sigue sin presentar complicación alguna.

### 2.4. Resultados de la encuesta

La tabulación de la encuesta arroja los siguientes resultados:

#### 1. ¿Considera usted atractivas las plantas ornamentales?

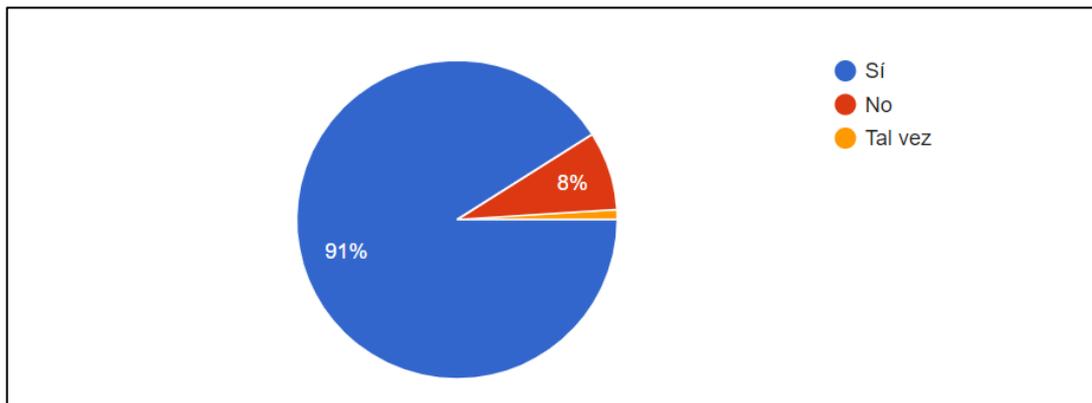


*Figura 1:* ¿Considera usted atractivas las plantas ornamentales?  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

#### **Análisis:**

Del total de personas encuestadas el 92% consideran que las plantas ornamentales son atractivas para la decoración de los jardines, casas, departamentos y oficinas. Mientras que el 8% indicaron que NO porque consideran que las plantas no se deben tener dentro de las casas.

## 2. ¿Considera usted la decoración de su jardín con plantas naturales?

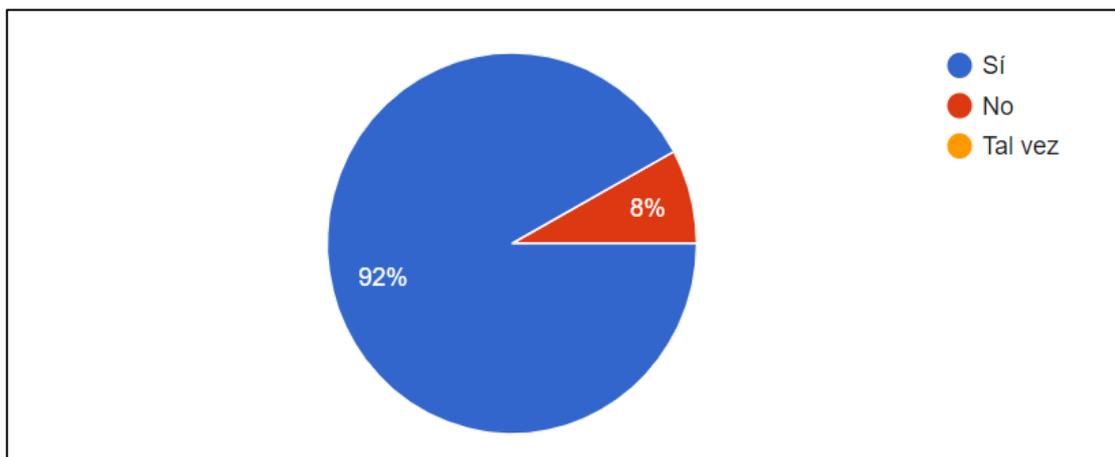


**Figura 2:** ¿Considera usted la decoración de su jardín con plantas naturales?  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

### **Análisis:**

Del total de personas encuestadas el 91% considera adecuado la decoración de sus espacios con plantas naturales, sin embargo el 8% menciona que NO estaría dispuesto; mientras que el 1% tiene dudas sobre el tema.

## 3. ¿Usted gusta de las plantas ornamentales?

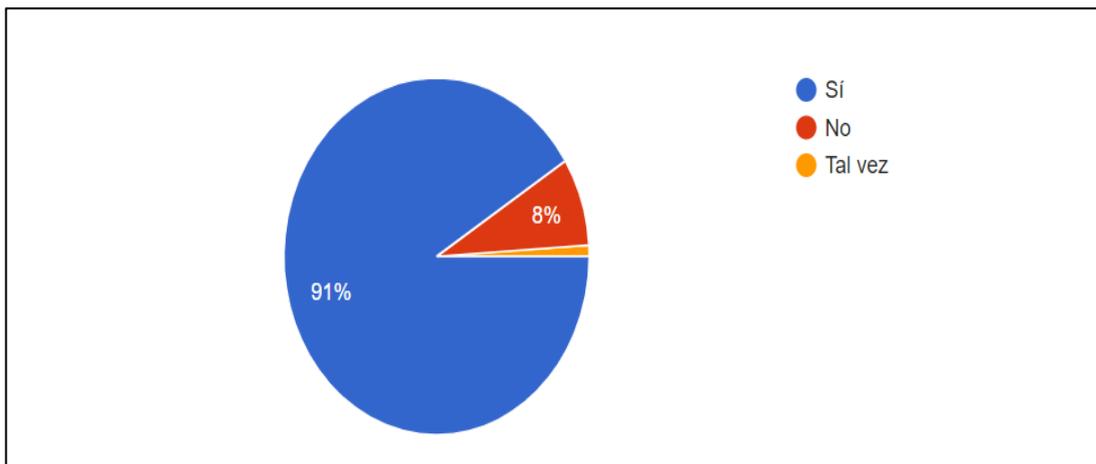


**Figura 3:** ¿Usted gusta de las plantas ornamentales?  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

### **Análisis:**

Del total de personas encuestadas el 92% indica que SI le gustan las plantas ornamentales, mientras que el 8% NO se siente atraído por ellas.

**4. ¿Considera usted que la ubicación del local: km 6 ½ vía Milagro-Naranjito está al alcance de su domicilio?**

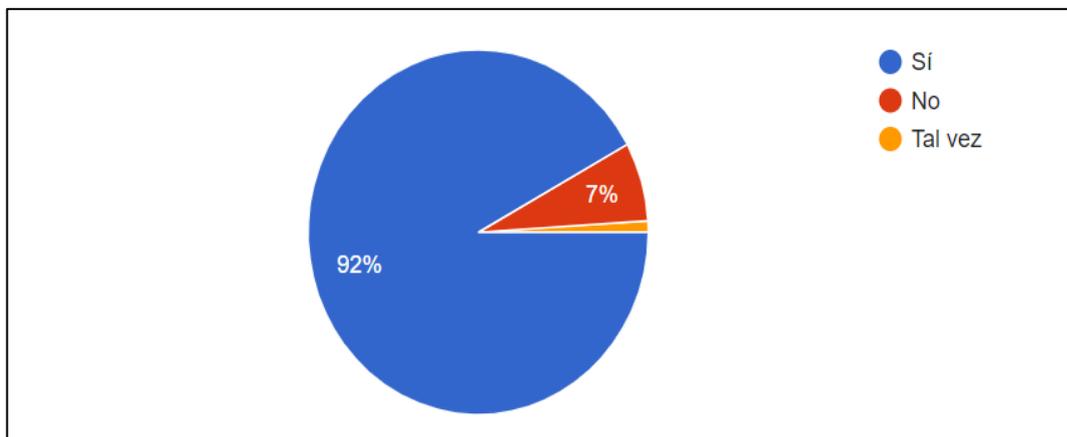


**Figura 4:** ¿Considera usted que la ubicación del local: km 6 ½ vía Milagro-Naranjito está al alcance de su domicilio?  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

**Análisis:**

Del total de personas encuestadas el 91% considera que el local se encuentra al ALCANCE de su domicilio, mientras que el 8% considera que NO lo está, sin embargo el 1% es indiferente a la ubicación del mismo.

**5. ¿Estaría usted dispuesto adquirir plantas ornamentales?**

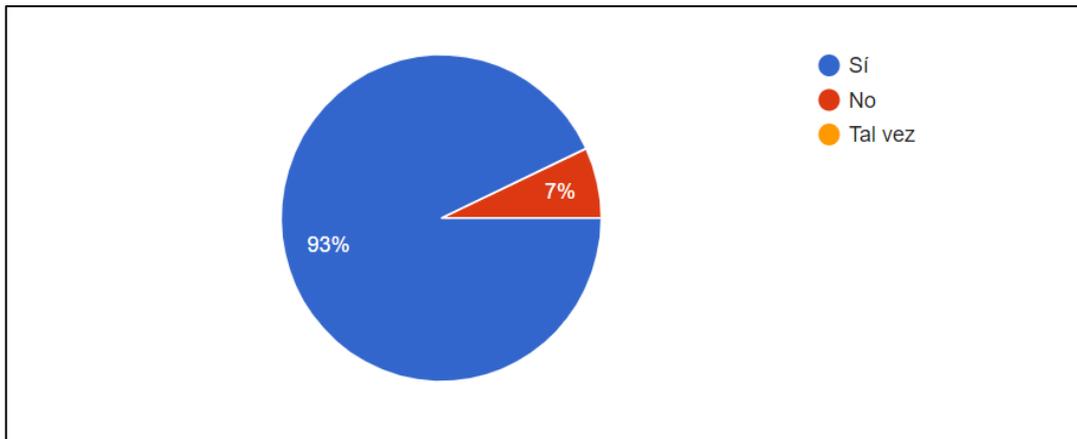


**Figura 5:** ¿Estaría usted dispuesto adquirir plantas ornamentales?  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

**Análisis:**

Del total de personas encuestadas el 92% está dispuesto a invertir adquiriendo plantas ornamentales, mientras que el 7% indica que NO lo haría sin embargo un 1% tiene dudas sobre la temática.

**6. ¿Considera usted la personificación de diseños en la elaboración de adornos con plantas ornamentales como una atención de calidad?**



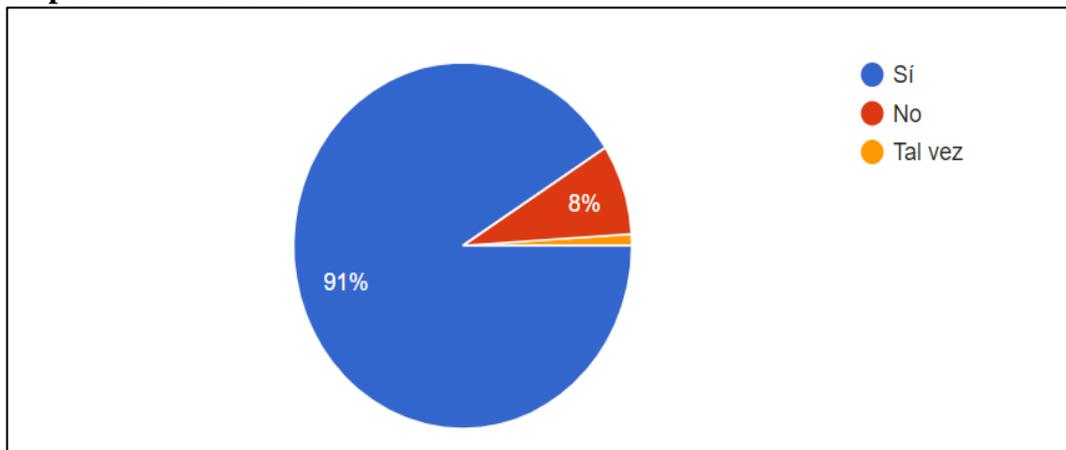
**Figura 6:** ¿Considera usted la personificación de diseños en la elaboración de adornos con plantas ornamentales como una atención de calidad?

**Elaborado por:** Diana Palomeque

**Análisis:**

Del total de personas encuestadas el 93% menciona que SI considera como una atención de calidad la personificación de diseños en la elaboración de adornos con plantas ornamentales, 7% considera que no es necesario.

**7. ¿Considera usted el asesoramiento técnico con respecto al cuidado de las plantas ornamentales como un valor agregado al momento de la compra de adornos con plantas ornamentales?**



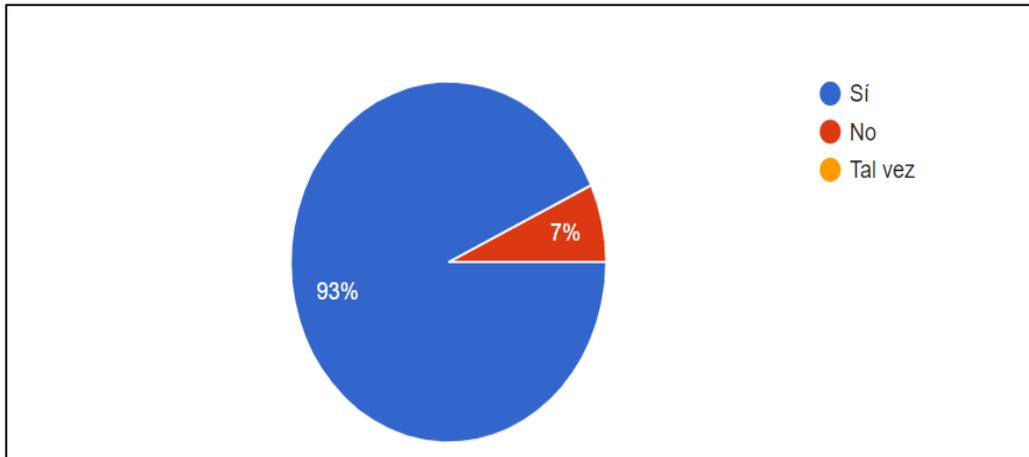
**Figura 7:** ¿Considera usted el asesoramiento técnico con respecto al cuidado de las plantas ornamentales como un valor agregado al momento de la compra de adornos con plantas ornamentales?

**Elaborado por:** Diana Palomeque

**Análisis:**

Del total de personas encuestadas el 91% considera el asesoramiento técnico con respecto al cuidado de las plantas ornamentales como un valor agregado al momento de la compra, 11% indica que no es necesario.

## 8. ¿Recomendaría adquirir adornos con plantas ornamentales?



**Figura 8:** ¿Recomendaría adquirir adornos con plantas ornamentales?  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

### **Análisis:**

Del total de personas encuestadas el 93% estaría dispuesto a recomendar la adquisición de adornos con plantas ornamentales, sin embargo el 7% NO está dispuesto a hacerlo.

## 2.5. Plan de Marketing

El marketing permite establecer estrategias de comercialización y de acuerdo con Martínez, Ruiz, & Escrivá (2014) quienes afirman. “El marketing mix corresponde a una selección de herramientas que intervienen en la obtención de las metas propuestas por la empresa, estas se dividen en 4 instrumentos” (págs. 13, 14, 15).



**Figura 9:** Componentes del Marketing Mix  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

La estrategia de marketing establecida para la empresa es:

**Tabla 2:** Matriz - Marketing Mix  
**LÚA GARDENS**

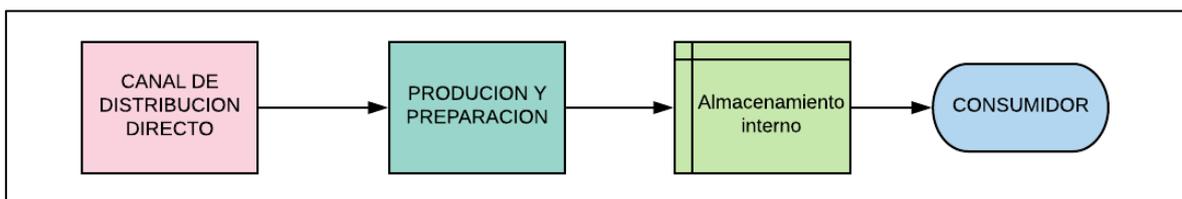
<b>PRODUCTO</b>	
Lúa Gardens ofrece decoraciones realizadas con plantas ornamentales para interior, exterior, así como también cactus y especies exóticas como orquídeas, bromelias, etc.	El producto está diseñado de tal manera que sea agradable a la vista y que otorgue una sensación de satisfacción y armonía al cliente, enalteciendo los espacios y proporcionando en los diferentes lugares espacios verdes.
<b>PRECIO</b>	
Los precios son accesibles para todas aquellas personas que gustan de las plantas ornamentales y de las decoraciones naturales.	Cada decoración cuenta entre \$8, \$10, \$30 y \$50 dependiendo del tipo de planta ornamental utilizada y de los accesorios decorativos que incluye.
<b>PLAZA</b>	
La plaza establecida para su comercialización es el cantón Milagro, con proyecciones de crecimiento a la ciudad de Guayaquil y posteriormente a otras ciudades importantes de país.	Se utiliza también el lugar de producción como espacio para la venta de los productos decorativos. Se direcciona como parte del segmento de mercado oficinas, hogares, etc. del cantón Milagro.
<b>PROMOCION</b>	
Se ha diseñado la combinación de diferentes medios publicitarios, permitiendo a Lúa Gardens ampliar su alcance y llegar a más clientes potenciales.  Una de las formas de promoción estará dirigida a impulsar las ventas de manera online.	Los medios utilizados para la realización de la promoción son: La prensa local Las redes sociales, entre estas Facebook WhatsApp Instagram YouTube

La tabla explica las estrategias y combinaciones de marketing utilizadas en sus diferentes ámbitos

**Elaborado por:** Diana Palomeque

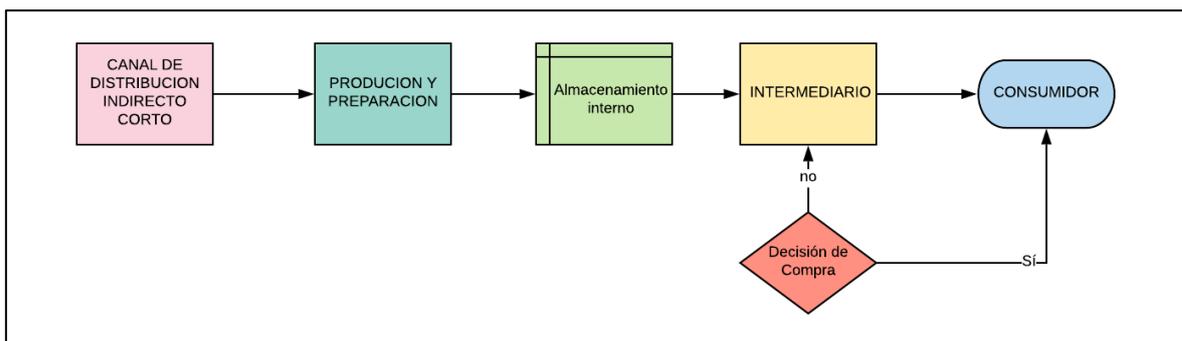
## 2.6. Flujograma de canales de distribución

Para diagramar los flujogramas de distribución se consideran las actividades de los procesos, para Diez & Navarro (2009) nos dicen. “La distribución es el traslado del producto terminado hasta el consumidor final, actuando en coordinación con variables como el tiempo, distancia, forma, cantidad de acuerdo al producto que vaya a ser transportado” (pág. 6). La función del canal de distribución para Lúa Gardens es de compra-venta, permitiendo alcanzar a los futuros clientes a través de procesos de negociación para fijar los términos de intercambio. La figura 10 muestra el proceso de distribución del primer canal que inicia en la producción y almacenamiento para luego ser entregado al consumidor final.



**Figura 10:** Canales de Distribución Directo  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

El segundo canal representado en la figura 11 parte de la producción y almacenamiento para luego pasar a un distribuidor o intermediario y después pasar al consumidor final.



**Figura 11:** Canales de Distribución Indirecto Corto  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

## 2.7. Flujograma de canales de distribución y comunicación

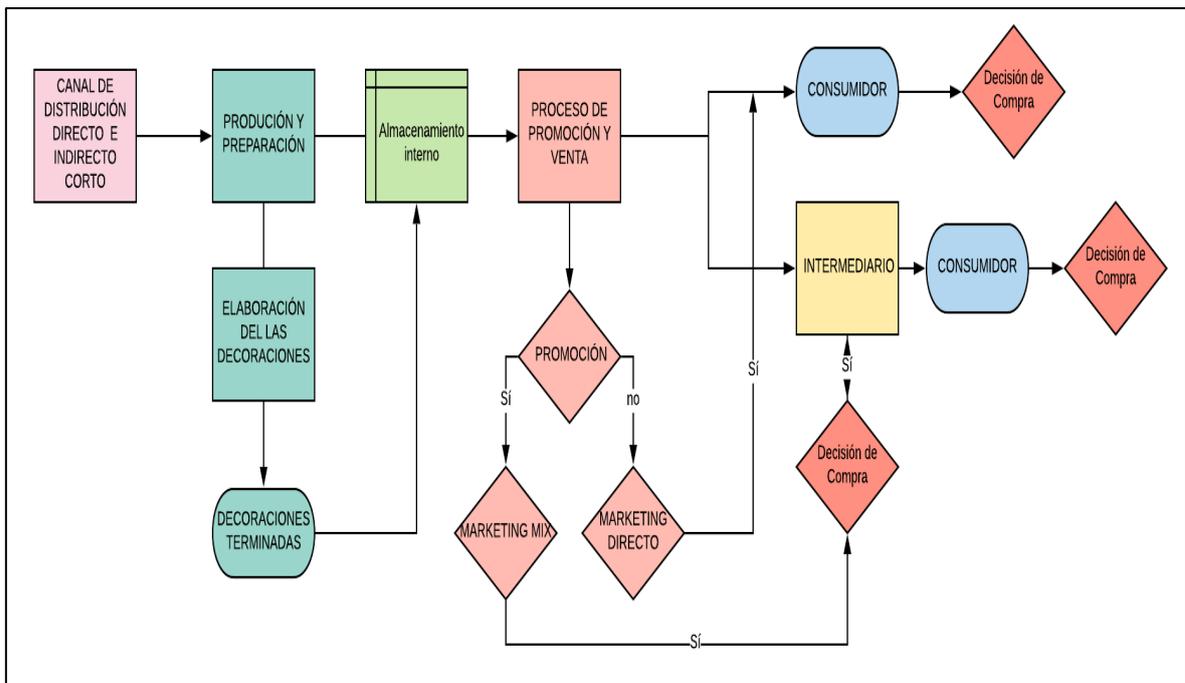
El sentido de comunicación es vital para el desarrollo de la empresa y su diagramación según Stanton, Etzel, & Walker (2007) concluyen. “La estrategia de distribución escogida para el canal indirecto corto de acuerdo a sus características es la estrategia intensiva, con la finalidad realizar ventas con varios intermediarios para poder posicionar el producto considerando alcanzar la mayor cobertura del mercado” (págs. 404,408).

La comunicación del producto al cliente es fundamental por lo que se considera los siguientes aspectos:

- **Publicidad:** Utilizar medios de comunicación escogido en el plan de marketing mix
- **Promoción de ventas:** Establecer políticas de descuentos basadas en cantidades de compra.
- **Relaciones públicas:** Desarrollar estrategias en base al marketing social para preservar la imagen de la empresa
- **Fuerza de ventas:** Determinar un sistema de comunicación verbal idóneo del vendedor hacia el cliente para asegurar la adquisición del producto.
- **Marketing directo:** Seleccionar estrategias de ventas para interactuar con los clientes directos.

La figura 12 diagrama el proceso de comunicación del canal directo e indirecto corto. Su inicio se marca con la preparación de la producción de las decoraciones y concluye con los diseños definidos, luego pasa al proceso de almacenamiento interno para continuar con la promoción y venta, esta se realiza utilizando lo mencionado en el marketing mix.

Si el intermediario toma la decisión de comprar el producto para llevarlo al consumidor final se considerara las estrategias de ventas del plan de marketing, en el caso de que el consumidor final tome la decisión de compra aplicando las estrategias de marketing directo.



**Figura 12:** Canales de Distribución y Comunicación  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

## 2.8. Logo



*Figura 13:* Logo de Lúa Gardens

**Elaborado por:** Wimper Israel Márquez Reyes; Estudiante de Arquitectura

## 2.9. Slogan

El slogan publicitario diseñado para Lúa Gardens es:

*La naturaleza en su hogar*

*Figura 14:* Slogan de Lúa Gardens

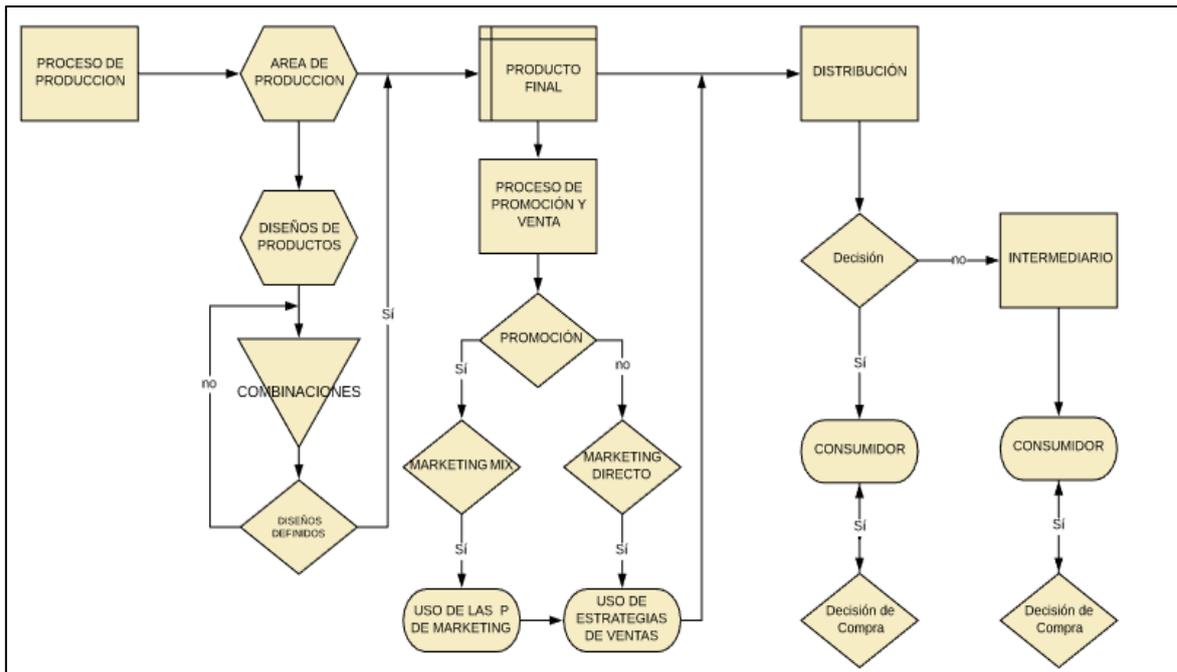
**Elaborado por:** Diana Palomeque

## CAPÍTULO 3

### 3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS

#### 3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio

De acuerdo al concepto desarrollado por Carro (2009) en el que afirma. “El proceso de producir un bien es aquel conjunto de actividades que se realizan para transformar la materia prima en un producto elaborado utilizando herramientas como la tecnología e información y la mano de obra” (págs. 44-46).



**Figura 15:** Proceso del bien o servicio  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

La figura 15 explica el flujo de producción del producto, en este caso inicia en el área de producción en donde se establecen los diseños y combinaciones para crear los diseños definidos, si no están acorde al gusto de los clientes regresan a la etapa de combinación, pero si están correctamente diseñados continúan como producto final al proceso de promoción y venta, en esta etapa se debe decidir si se realizara la promoción con marketing mix y de ser así se utilizaran las combinaciones de las 4P pero si se utiliza el marketing directo se aplicaran estrategias de ventas en el momento de negociación, luego de esto pasa a la distribución la misma que puede ser por consumidor final que es el canal directo quien decide si compra o no o también puede ser por intermediario que decide el número de productos que requiere para llevar al consumidor final que es quien decidirá si adquiere o no el producto.

### **3.2. Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse**

#### **Usuarios**

Personas de ambos sexo con gusto por las plantas ornamentales y con poder adquisitivo.

#### **Materia Prima**

##### **Decoraciones con Cactus y suculentas**

- Macetas
- Tierra preparada
- Abono
- Especies distintas de cactus
- Adornos decorativos

##### **Decoraciones con bromelias y orquídeas**

- Macetas
- Tierra preparada
- Abono
- Especies distintas de orquídeas y bromelias
- Adornos decorativos

##### **Decoraciones con Plantas de interior**

- Macetas
- Tierra preparada
- Abono
- Especies distintas de plantas de interior con flor y sin flor
- Adornos decorativos

##### **Decoraciones con Plantas de exterior**

- Macetas
- Tierra preparada
- Abono
- Especies distintas de plantas de exterior con flor y sin flor
- Adornos decorativos

### 3.3. Instalaciones

Las figuras a continuación muestran el levantamiento en 3D de las instalaciones de Lúa Gardens.



*Figura 16:* Oficina Administrativa de Lúa Gardens  
**Elaborado por:** Wimper Israel Márquez Reyes; Estudiante de Arquitectura



*Figura 17:* Recibido y Área de exposición de Lúa Gardens  
**Elaborado por:** Wimper Israel Márquez Reyes; Estudiante de Arquitectura

### 3.4. Maquinarias y equipo con sus respectivos costos

A continuación se detalla la maquinaria y equipos que se utilizarán en la implementación de la idea de negocio.

**Tabla 3: Maquinaria y Equipos**

**LÚA GARDENS**

**MAQUINARIA, EQUIPOS Y MATERIALES DE JARDINERIA**

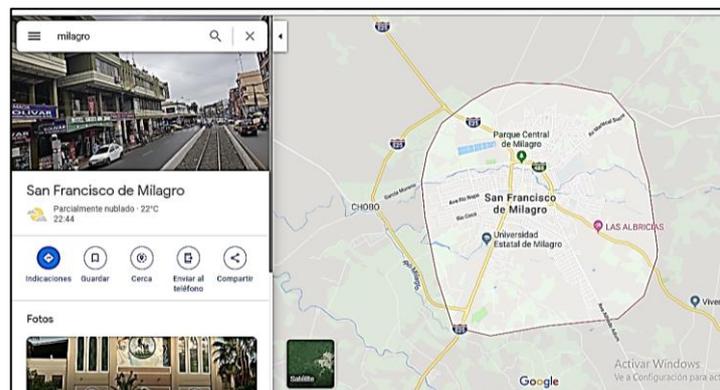
ACTIVOS	Cantidad	P. U.		COSTO
<b>Maquinaria de jardinería</b>				<b>\$ 710,00</b>
Carretillas	2	\$ 75,00	\$ 150,00	
Sistemas de riego automático	1	\$ 250,00	\$ 250,00	
Tablados con pie de amigo	6	\$ 25,00	\$ 150,00	
Altillos de exposición	2	\$ 80,00	\$ 160,00	
<b>Equipos de jardinería</b>				<b>\$ 1.518,00</b>
Bomba de riego	1	\$ 250,00	\$ 250,00	
Bomba de fumigar	2	\$ 160,00	\$ 320,00	
Percha de herramientas	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
Pozo de agua	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Zarán	12	\$ 4,00	\$ 48,00	
Palas	3	\$ 10,00	\$ 30,00	
Machete	2	\$ 7,00	\$ 14,00	
Tijeras de podar grande	2	\$ 20,00	\$ 40,00	
Tijeras de podar pequeña	2	\$ 10,00	\$ 20,00	
Guantes	2	\$ 10,00	\$ 20,00	
Escobas	2	\$ 3,00	\$ 6,00	
Rastrillos	2	\$ 7,00	\$ 14,00	
Manguera	10	\$ 3,00	\$ 30,00	
Basureros	2	\$ 68,00	\$ 136,00	
Extintores	2	\$ 45,00	\$ 90,00	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.228,00</b>

*La tabla muestra los equipos y maquinaria que utilizara la gestión de la idea de negocio*

**Elaborado por:** Diana Palomeque

**3.5. Localización del negocio: macro y micro localización**

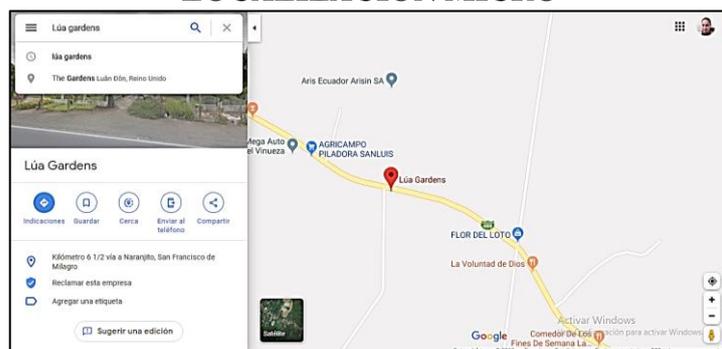
**LOCALIZACION MACRO**



**Figura 18:** Localización Macro del negocio

**Fuente:** Google Maps

## LOCALIZACIÓN MICRO



Lúa Gardens se encuentra en el km 6 ½ Vía a Naranjito, en el Rcto, Linderos de Venecia junto a Beimark.

**Figura 19:** Localización Micro del negocio

**Fuente:** Google Maps

### 3.6. Tamaño

El tamaño del proyecto de inversión corresponde a la siguiente distribución:

**Tabla 4:** Tamaño de las instalaciones

Descripción	Área	m <sup>2</sup>
Oficina de Administración	1 x a 3,30 2,50	<b>8,25</b>
Baño	1 x a 2,10 1,40	<b>2,94</b>
Bodega	1 x a 3,30 1,17	<b>3,86</b>
Área de Sembrado	1 x a 4,30 4,35	<b>18,71</b>
Recibido y exposición	1 x a 7,55 6,60	<b>49,83</b>
Sección de exposición	1 x a 7,55 3,75	<b>28,31</b>
Pasillo de oficinas	1 x a 1,00 5,70	<b>5,70</b>
Entrada lateral	1 x a 1,00 10,50	<b>10,50</b>
<b>Área Total</b>		<b>128,10</b>

**Elaborado por:** Diana Palomeque

## CAPÍTULO 4

### 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

#### 4.1. Tipo de organización

De acuerdo al desarrollo de la idea de negocio, el emprendimiento responde a la estructura de una microempresa, cuya distribución organizacional es de 3 departamentos definidos como mandos medios .y un mando operativo, todos bajo la responsabilidad de un administrador.

Su desarrollo económico se sitúa en el sector secundario de la economía, produciendo y comercializando plantas ornamentales y productos decorativos propiamente elaborados.

#### 4.2. Estructura organizacional

El organigrama corresponde al tipo jerárquica.



*Figura 20:* Estructura Organizacional  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

#### 4.3. Funciones y responsabilidades

La empresa cuenta con 3 departamentos los cuales tienen diferentes funciones que cumplir durante su jornada laboral, estas funciones están ajustadas al cargo, a las habilidades y perfiles de los que las desempeñan:

**Cargo: Administrador****Responsabilidad:**

- Analizar el mercado y sus variaciones
- Prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades de la empresa.
- Evaluar y controlar el clima laboral
- Comunicación constantes y permanente
- Analizar, identificar y decidir qué acciones son las más favoreces para la empresa.

**Cargo: Diseñador y vendedor****Responsabilidad:**

- Investigar el gusto de los consumidores.
- Evaluar la competencia.
- Elaborar los diseños de decoraciones propuestas.
- Controlar la calidad y similitud de los diseños.
- Elaborar propuestas decorativas para los clientes.
- Brindar servicio de asesoramiento.
- Analizar las especies de plantas a utilizar.
- Planificar la siembra
- y cultivo de las especies de plantas
- Controlar el cultivo de las especies de plantas
- Controlar el proceso de elaboración de las decoraciones.
- Evaluar el proceso de siembra.
- Controlar el proceso de desinfección de la tierra y abono.
- Controlar el desarrollo de las plantas en las decoraciones.
- Sugerir diseños y decoraciones.

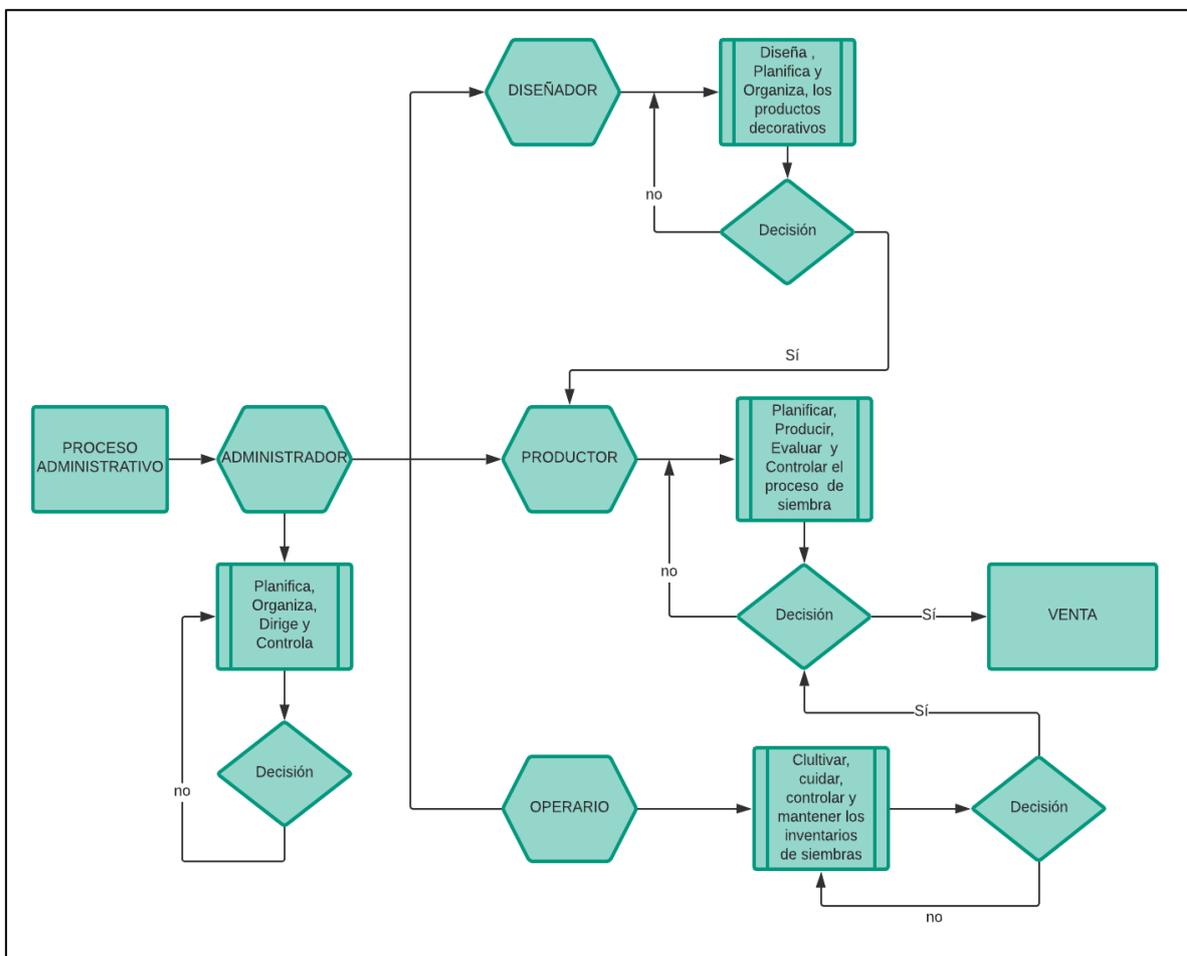
**Cargo: Operario****Responsabilidad:**

- Desarrollar el proceso de siembra y cultivo
- Verificar y abastecer el inventario de decoraciones
- Controlar la producción de especies de plantas para las decoraciones
- Controlar las funciones del operario

- Apoyar al departamento de ventas.
- Participar en el cuidado del desarrollo y crecimiento de las plantas.
- Construir las decoraciones de plantas basado en los diseños del departamento correspondiente.
- Cuidar los inventarios de especies ya producidas.
- Dar mantenimiento a las instalaciones de la empresa.
- Despachar los pedidos solicitados por ventas
- Controlar el crecimiento de especies invasoras dentro de los cultivos e inventarios.

#### 4.4. Flujo de procesos administrativo

En el flujo del proceso administrativo, el Administrador es el responsable de controlar todos los departamentos, el único departamento que cuenta con un nivel operativo es producción, la toma de decisiones se generan de acuerdo a las funciones que realiza cada departamento.



**Figura 21:** Flujo del Proceso Administrativo  
**Elaborado por:** Diana Palomeque

#### 4.4.1. Instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo

La idea de negocio debe implementar los siguientes equipos y maquinarias para el inicio de sus operaciones:

**Tabla 5:** Instalación, equipos y maquinarias para administración

<b>LÚA GARDENS</b>				
<b>ACTIVOS ADMINISTRATIVOS</b>				
<b>ACTIVOS</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. U.</b>		<b>COSTO</b>
<b>Edificio</b>	1	\$	3.721,33	\$ 3.721,33
<b>Equipos de Computo</b>				<b>\$1.220,00</b>
Computadora portátil	1	\$	850,00	\$ 850,00
Impresora y Scanner	1	\$	370,00	\$ 370,00
<b>Muebles y enseres de oficina de oficina</b>				<b>\$1.330,00</b>
Estación de trabajo tipo L	1	\$	200,00	\$ 200,00
Estación de trabajo tipo L	1	\$	200,00	\$ 200,00
Sillas de escritorios	2	\$	90,00	\$ 180,00
Sillas de espera	2	\$	110,00	\$ 220,00
Mesas y sillas rusticas	2	\$	150,00	\$ 300,00
Cajoneras	2	\$	115,00	\$ 230,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$6.271,33</b>

*La tabla muestra la instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo*

**Elaborado por:** Diana Palomeque

## CAPÍTULO 5

### 5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

#### 5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

La (Constitucion de la República del Ecuador, 2008) menciona. “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, (...). Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad (...)” (Art. 14).

**Art. 72.-** “La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados” [...] (Constitucion de la República del Ecuador, 2008).

**Art. 411.-** “El Estado garantizará la conservación, recuperación y manejo integral de los recursos hídricos, cuencas hidrográficas y caudales ecológicos asociados al ciclo hidrológico” (...) (Constitucion de la República del Ecuador, 2008).

El Ministerio del Ambiente en el Código Orgánico del ambiente vigente (2018) establece. “Forestación y reforestación en los espacios públicos (...) destacándose el fomento del uso de especies forestales nativas con características ornamentales o de especies que contribuyan a los procesos ecológicos indispensables para mantener corredores ecológicos y la conectividad de la fauna propia (...)” (Registro Oficial Suplemento 983, 2018).

**La guía de buenas prácticas agrícolas en cultivos de ornamentales (2012) en sus lineamientos indica.** “Manejo Integrado de Plagas (MIP), entendiéndose como la estrategia que usa una gran variedad de métodos complementarios entre sí con la finalidad de mantener las plagas bajo el umbral económico, (...)” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012).

**Monitoreo de plagas:** “Es una labor planeada, regulada y sistemática, destinada a determinar la cantidad, distribución y estudio de la plaga en un cultivo, que nos permitirá tomar decisiones para un control oportuno y adecuado” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012).

**Tipos de Control Legal:** (...). “Exigencia de certificados fitosanitarios, uso de productos permitidos para el control y manejo de plagas, cuarentena de material y fertilización equilibrada” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012).

“Se recomienda el uso de fórmulas equilibradas de nutrición para asegurar la resistencia natural de la planta, para evitar desbalances nutricionales que producen plantas débiles y susceptibles al ataque de ácaros” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012).

**“Excesos de Nitrógeno:** producen plantas muy suculentas, incrementado la población y desarrollo de los ácaros” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012).

**“Exceso de Fósforo:** eleva la tasa de oviposición de los ácaros; y puede ocasionar ciclos de vida más cortos” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012).

**Control de malezas:** “Eliminación de malezas hospederas dentro del invernadero y realizar un control físico y químico en áreas externas” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012).

**Podas sanitarias:** “Erradicación de material vegetal afectado, evitando la diseminación de la plaga por el movimiento de los trabajadores de áreas infestadas a no infestadas” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012).

**Condiciones agro-ecológicas:** “Manejar las condiciones de temperatura (por debajo de 30 grados Centígrados) y humedad relativa (por encima del 50%) favorables para el desarrollo de la plaga, mediante el uso de aspersión, microaspersión, duchas y cortinas” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012).

**Químico en campo; Características del Acaricida.-** Considerar:

- Uso de producto registrado en Agrocalidad
- Dosificación establecidas por profesionales
- Calidad de activo
- Mecanismo de uso y acción del activo
- Formulación del activo o insumo
- Dosificaciones aprobadas del activo
- Durabilidad y persistencia del activo
- Alcance de acción del activo

**Equipos de aplicación:** “Utilizar un equipo de Pulverización de Alto Volumen, apropiados y en buen estado, según plan sugerido por el fabricante del equipo. Calibrar semanalmente todo el sistema de aplicación; Minimizar las pérdidas de producto por mal estado de los equipos” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012).

**Equipos de protección personal:** “Los aplicadores deben utilizar adecuadamente todo el equipo de protección personal recomendado en la etiqueta del producto, para evitar posibles intoxicaciones, tomando en cuenta los parámetros establecidos en la ley laboral vigente en el Ecuador para aplicadores de plaguicidas (...)” (Registro Oficial Suplemento 837, 2012) .

**Los requisitos para obtener el RUC-Registro Único del Contribuyente para Personas Naturales de acuerdo** (Servicio de Rentas Internas, 2015) **solcita.** “El original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte. Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo”

**Los requisitos para que personas naturales puedan realizar el registro y catastro de la patente municipal de acuerdo a la** (Ordenanza Municipal 32-2011, 2011) **son.** “Formulario de inscripción, Acuerdos de responsabilidad, Copia de cedula y certificado de votación, Copia del RUC, Correo electrónico, Número de Teléfono”

**Los requisitos del GAD Municipal de Milagro para obtener la Tasa de Habilitación por primera vez según la** (Ordenanza Municipal 39-2011, 2011) **manifiesta.** “Copia de la patente, Tasa por Servicio Contra Incendios, Uso de Suelo autorizado, Copia del RUC

actualizado, Formulario de Tasa de Habilitación, Copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio”

**Los documentos para la certificación Fitosanitaria de acuerdo a la** (NIMF 7:2011, 2011) **son.** “Verificación del país de destino, inscripción de la Guía, aplicación de los protocolos de control del país de destino, análisis de laboratorio, etiquetas de inspección, RUC como parte del registro de las cajas”

### **La Superintendencia de Compañía (2018) en su Sección III de la Compañía en Comandita Simple**

**De La Constitución y Razón Social.** “**Art. 59.-** La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios (...), simples suministradores de fondos, (...). La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios..., al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", (...)” (Registro oficial 312, 2018)

**Art. 60.-** “El fallecimiento de un socio comanditario no produce la liquidación de la compañía.” (Registro oficial 312, 2018).

**Art. 61.-** “La compañía en comandita simple se constituirá en la misma forma y con las mismas solemnidades señaladas para la compañía en nombre colectivo” (Registro oficial 312, 2018).

#### **1. Del Capital**

**Art. 62.-** “El socio comanditario no puede llevar en vía de aporte a la compañía su capacidad, crédito o industria.” (Registro oficial 312, 2018).

**Art. 63.-** “El socio comanditario no podrá ceder ni traspasar a otras personas sus derechos en la compañía ni sus aportaciones, sin el consentimiento de los demás, en cuyo caso se procederá a la suscripción de una nueva escritura social” (Registro oficial 312, 2018).

## **2. De la Administración.**

**Art. 64.-** Cuando en una compañía en comandita simple hubiere dos o más socios nombrados en la razón social y solidarios, ya administren los negocios de la compañía todos juntos, o ya uno o varios por todos, regirán respecto de éstos las reglas de la compañía en nombre colectivo, y respecto de los meros suministradores de fondos, las de la compañía en comandita simple. (Registro oficial 312, 2018).

**“Art. 65.-** Salvo pacto en contrario, la designación de administradores se hará por mayoría de votos de los socios solidariamente responsables y la designación solo podrá recaer en uno de éstos. (...)” (Registro oficial 312, 2018).

**“Art. 66.-** El administrador o administradores comunicarán necesariamente a los comanditarios y demás socios el balance de la compañía, poniéndoles de manifiesto, durante un plazo que no será inferior de treinta días contados desde la fecha de la comunicación” (...). (Registro oficial 312, 2018).

## **3. De los Socios**

**“Art. 67.-** El comanditario tiene derecho al examen, inspección, vigilancia y verificación de las gestiones y negocios de la compañía; a percibir los beneficios de su aporte y a participar en las deliberaciones con su opinión y consejo, (...)” (Registro oficial 312, 2018).

**“Art. 68.-** Las facultades concedidas al comanditario en el artículo que precede, las ejercerá en las épocas y en la forma que se determinen en el contrato de constitución de la compañía” (Registro oficial 312, 2018).

**“Art. 69.-** Será facultad de los socios, ya sean solidarios o comanditarios, solicitar al juez la remoción del o de los administradores de la compañía por dolo, culpa grave o inhabilidad en el manejo de los negocios” (Registro oficial 312, 2018).

**“Art. 70.-** El comanditario que forme parte de una compañía comandita simple (...) pierde el derecho de examinar los libros sociales, salvo que los intereses de tal negocio o establecimiento no se encuentren en oposición con los de la compañía” (Registro oficial 312, 2018). [...]

“**Art. 72.-** Los socios comanditarios responden por los actos de la compañía solamente con el capital que pusieron o debieron poner en ella” (Registro oficial 312, 2018).

“**Art. 73.-** Los comanditarios no pueden hacer personalmente ningún acto de gestión, intervención o administración que produzca obligaciones o derechos a la compañía, (...). Tampoco podrán tomar resoluciones que añadan algún poder a los que el socio o socios comanditados tienen por la Ley (...)” (Registro oficial 312, 2018).

## **5.2. Descripción del impacto ambiental**

El Código Orgánico de Organización Territorial son funciones de los GAD Municipales, según el Art. 54, literal k. “Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales” (Registro Oficial Suplemento 303, 2010)

El (Registro Oficial Suplemento 303, 2010) indica. “Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley” (Art.55 - literal d).

**La** (Ordenanza Municipal 2016-22, 2016), **menciona.** “La participación ciudadana en actividades tendientes a conservar limpia la ciudad, las parroquias rurales y lugares poblados del cantón; de conformidad al modelo de gestión que se implementará desde el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro”.

“Además menciona que serán sancionados aquellos que realicen acciones como: Arrojar directamente a la vía pública, a la red de alcantarillado, quebradas o ríos, aceites, lubricantes, combustibles, aditivos, líquidos y demás materiales tóxicos, de acuerdo con la ordenanza respectiva” (Ordenanza 2016-22, 2016).

## **5.3. Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación)**

El control ambiental permite detectar las actividades asociadas a la propuesta que aportan valor o que deben ser mitigadas, entre los cuales tenemos como impacto positivo:

**Creación de fuentes de empleo:** El proyecto contribuye con fuentes de empleos para las personas del sector con conocimientos en comercialización de plantas ornamentales. Dentro de las instalaciones la jornada normal de trabajo es de 8 horas, cumpliendo los reglamentos de las normativas vigentes para los trabajadores.

Beneficia además a distribuidores de materia prima dinamizando el movimiento económico del sector. En el área tributaria las operaciones de la empresa están sujetas bajo el régimen económico formal, aportando el 22% como contribución en impuestos al estado Ecuatoriano, así como el pago de tasas municipales.

Contribuye a la economía del país con la producción y comercialización en plaza local, distribuyendo productos de excelente calidad, bajo estrictos controles de especialistas.

## CAPÍTULO 6

### 6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO

#### 6.1. Inversión y fuentes de financiamiento

##### 6.1.1. Activos fijos

**Tabla 6:** Activos Fijo

<b>LÚA GARDENS</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>Costo</b>
Muebles y enseres de oficina de oficina	\$1.330,00
Equipos de Computo	\$1.220,00
Equipos de jardinería	\$1.518,00
Edificio	\$3.721,33
Maquinaria de jardinería	\$710,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$8.499,33</b>

La tabla muestra los valores de los activos fijos del emprendimiento

**Elaborado por:** Diana Palomeque

##### 6.1.2. Capital trabajo

El proyecto de inversión Lúa Gardens realizaran un aporte igualitario entre sus socios del total de la inversión distribuido de acuerdo a:

**Tabla 7:** Capital de Trabajo

<b><u>Capital de Trabajo</u></b>	<b><u>Valor</u></b>
Aporte Socio 1	\$ 9.723,11
Aporte Socio 2	\$ 9.723,11
Aporte Socio 3	\$ 9.723,11
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 29.169,33</b>
<b>Total de inversión</b>	<b>\$ 29.169,33</b>

La presente tabla muestra el valor de aporte de socios

**Elaborado por:** Diana Palomeque

### 6.1.3. Depreciación

De acuerdo a los activos fijos de la tabla 7 se observa que los muebles y enseres de oficina, equipo y materiales de jardinería mantienen una depreciación anual similar del 10%, por un valor de \$355,80; sin embargo el proyecto de inversión cuenta con un edificio que se deprecia al 5% anual, que corresponde a \$186,07 y por último se encuentra el equipo de cómputo cuya depreciación es del 33% anual y su valor en dólares es de \$402,60, dando un total de \$944,47 de depreciación absoluta anual.

**Tabla 8: Depreciaciones  
LÚA GARDENS**

ACTIVOS	Depreciación	Costo Inicial	Depreciación Absoluta Anual	
Muebles y enseres de oficina de oficina	10%	\$1.330,00	\$133,00	\$1.197,00
Equipos de Computo	33%	\$1.220,00	\$402,60	\$817,40
Equipos de jardinería	10%	\$1.518,00	\$151,80	\$1.366,20
Edificio	5%	\$3.721,33	\$186,07	\$3.535,26
Maquinaria de jardinería	10%	\$710,00	\$71,00	\$639,00
<b>TOTAL DE DEPRECIACION</b>		<b>\$8.499,33</b>	<b>\$944,47</b>	<b>\$7.554,86</b>

La tabla muestra de la depreciación de los activos fijos

**Elaborado por:** Diana Palomeque

## 6.2. Proyección de Ingresos

### 6.2.1. Ventas

La proyección de ventas para las decoraciones esta segmentada según el precio de venta al público y el precio del distribuidor:

**Tabla 9: Proyección de ventas para Clientes  
LÚA GARDENS VENTAS-2019**

DESCRIPCIÓN	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	VENTAS ANUALES
Adornos con Suculentas	15	180	\$10,00	<b>\$1.800,00</b>
Adornos con Cactus	15	180	\$8,00	<b>\$1.440,00</b>
Adornos con Bromelias	10	120	\$30,00	<b>\$3.600,00</b>
Adornos con Orquídeas	10	120	\$50,00	<b>\$6.000,00</b>
Adornos con plantas de interior	25	300	\$30,00	<b>\$9.000,00</b>
Adornos con plantas de exterior	25	300	\$30,00	<b>\$9.000,00</b>
<b>TOTALES</b>	100	1.200		<b>\$30.840,00</b>

Proyección de venta de las decoraciones con precio de venta al público.

**Elaborado por:** Diana Palomeque

**Tabla 10: Proyección de ventas para Distribuidor  
LÚA GARDENS VENTAS-2019**

DESCRIPCIÓN	UNIDADES MÍNIMAS PARA PRECIO AL POR MAYOR	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE DISTRIBUIDOR -10%	VENTAS ANUALES
Adornos con Suculentas	10	120	\$9,00	<b>\$1.080,00</b>
Adornos con Cactus	10	120	\$7,20	<b>\$864,00</b>
Adornos con Bromelias	3	36	\$27,00	<b>\$972,00</b>
Adornos con Orquídeas	3	36	\$45,00	<b>\$1.620,00</b>
Adornos con plantas de interior	12	144	\$27,00	<b>\$3.888,00</b>
Adornos con plantas de exterior	12	144	\$27,00	<b>\$3.888,00</b>
<b>TOTALES</b>	<b>50</b>	<b>600</b>		<b>\$12.312,00</b>

Proyección de venta de las decoraciones con precio de venta para el distribuidor

**Elaborado por:** Diana Palomeque

La gama de decoraciones está clasificada en 6 variedades de especies plantas. La proyección de ventas correspondiente al primer año consta de dos variaciones una está direccionada al precio de venta al público y la segunda proyección presenta un descuento del 10% en el precio que es exclusivo para intermediarios. Las ventas proyectadas se visualizan en el anexo respectivo, por el tiempo de vida útil del mismo.

### 6.3. Proyección de egresos

#### 6.3.1. Costos

El total de costos de Lúa Gardens se observan en la siguiente tabla:

**Tabla 11: Materia Prima**

#### Costos de Producción

##### Materia Prima

Decoraciones	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Adornos con Suculentas	25	300	\$5,47	\$136,67	\$1.640
Adornos con Cactus	25	300	\$4,97	\$124,17	\$1.490
Adornos con Bromelias	13	156	\$8,97	\$116,57	\$1.399
Adornos con Orquídeas	13	156	\$23,97	\$311,57	\$3.739
Adornos con plantas de interior	37	444	\$13,97	\$516,77	\$6.201
Adornos con plantas de exterior	37	444	\$13,97	\$516,77	\$6.201
<b>TOTALES</b>	<b>150</b>	<b>1800</b>	<b>\$71,30</b>	<b>\$1.722,50</b>	<b>\$20.670,00</b>

Proyección de la materia prima utilizada para la elaboración de las decoraciones

**Elaborado por:** Diana Palomeque

**Tabla 12: Costos Directos e Indirectos de Fabricación**  
**LÚA GARDENS**

COSTOS	UNIDADES MENSUALES	VALOR UNITARIO	TOTAL ANUAL	COSTOS TOTALES
<b>Costos Directos</b>				<b>\$9.504,00</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>				
Diseñador/Vendedor	1	\$396,00	\$4.752,00	
Operario/Productor	1	\$396,00	\$4.752,00	
<b>Costos Indirectos</b>				<b>\$1.215,48</b>
Energía Eléctrica	1	\$35,00	\$420,00	
Agua Potables	1	\$12,00	\$144,00	
Servicio Telefónico Celular	1	\$31,89	\$382,68	
Internet	1	\$22,40	\$268,80	
			<b>Suman:</b>	<b>\$10.719,48</b>

Proyección de costos directos requeridos para la elaboración de las decoraciones

**Elaborado por:** Diana Palomeque

### 6.3.2. Gastos

La clasificación de los gastos de Lúa Gardens se observan en la siguiente tabla:

**Tabla 13: Gastos**  
**LÚA GARDENS**

GASTOS	CANTIDAD	INGRESO MENSUAL	TOTAL ANUAL	GASTOS TOTALES
<b>Gastos Pre operacionales</b>				<b>\$746,00</b>
Gastos de Uniformes	1	\$204,00	\$204,00	
Gastos de Extintores	3	\$60,00	\$180,00	
Gastos de Constitución	1	\$362,00	\$362,00	
<b>Gastos Operacionales</b>				
<b>Gastos Administrativos</b>				<b>\$6.741,67</b>
Sueldo y Salario (Administrador)	1	\$450,00	\$5.400,00	
Gastos de Arriendo (Terreno)	1	\$50,00	\$600,00	
Gastos Generales (Suministros de Oficina.)	1	\$20,00	\$20,00	
Depreciación de Activos (Administración)	1	\$721,67	\$721,67	
<b>Gastos de Ventas</b>				<b>\$1.021,27</b>
Gastos de Publicidad	1	\$50,00	\$600,00	
Gastos de Investigación de Mercado	1	\$198,47	\$198,47	
Depreciación de activos (Jardinería)	1	\$222,80	\$222,80	
			<b>Suman:</b>	<b>\$8.508,94</b>

Proyección de los gastos administrativos

**Elaborado por:** Diana Palomeque

Los gastos proyectados se visualizan en el anexo respectivo, por el tiempo de vida útil del mismo. El comportamiento de los valores cambian debido al criterio de crecimiento establecido para los costos y gastos, esto influye al momento de generar utilidades y establecer la rentabilidad del proyecto de inversión.

## CAPÍTULO 7

### 7. ESTUDIO FINANCIERO

#### 7.1. Estado de situación inicial

Lúa Gardens inicia sus actividades comerciales con los siguientes rubros:

**Tabla 14:** Balance Inicial

### LÚA GARDENS BALANCE INICIAL

#### ACTIVOS

<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		<b>\$20.670,00</b>
Inventario (Materia Prima)	\$20.670,00	
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>		
<b>ACTIVOS FIJO</b>		
Muebles y enseres de oficina de oficina	\$1.330,00	
Equipos de Computo	\$1.220,00	
Equipos de jardinería	\$1.518,00	
Edificio	\$3.721,33	
Maquinaria de jardinería	\$710,00	
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>\$8.499,33</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$29.169,33</b>
<u>PATRIMONIO</u>		
Capital Social		
Aporte de Socios	\$29.169,33	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>\$29.169,33</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$29.169,33</b>

**Elaborado por:** Diana Palomeque

El emprendimiento Lúa Gardens inicia sus actividades comerciales con un capital de \$29.169,33, comprendido en sus activos y patrimonio.

## 7.2. Estados financieros proyectados

### 7.2.1. Balance General

Balance General de Lúa Gardens para el periodo contable 2019

**Tabla 15:** Balance General

### LÚA GARDENS BALANCE GENERAL 2019

<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activos Corrientes</b>		<b>\$20.670,00</b>
Inventario de mercadería	\$20.670,00	
<b>Activos Fijos</b>		<b>\$7.554,86</b>
Muebles y enseres de oficina de oficina	\$1.330,00	
Equipos de Computo	\$1.220,00	
Equipos de jardinería	\$1.518,00	
Edificio	\$3.721,33	
Maquinaria de jardinería	\$710,00	
Depreciación	-\$944,47	
<b>Otros Activos</b>		<b>\$944,47</b>
Gastos de Constitución	\$746,00	
Gastos de Investigación de Mercado	\$198,47	
	<b>Total Activos</b>	<b><u>\$29.169,33</u></b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital Social	\$29.169,33	
Utilidad Neta		
	<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$29.169,33</b>
	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b><u>\$29.169,33</u></b>

Elaborado por: Diana Palomeque

El Balance General proyectado se visualizara en el anexo respectivo por el tiempo de vida útil del mismo.

## 7.2.2. Estado de Resultados

Estado de Resultados de Lúa Gardens.

**Tabla 16:** Estado de Resultados

### LÚA GARDENS ESTADO DE RESULTADOS

<b>INGRESOS</b>		<b>2019</b>
Ventas		\$43.152,00
Costos Directos		\$30.174,00
Costos Indirectos		\$1.215,48
	<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$11.762,52</b>
<b>GASTOS</b>		
<b>Gastos Pre operacionales</b>		\$746,00
<b>Gastos Operacionales</b>		
Gastos Administrativos		\$6.741,67
Gastos de Ventas		\$1.021,27
	<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$3.253,58</b>
(Impuestos 22%)		\$715,79
	<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$2.537,80</b>

**Elaborado por:** Diana Palomeque

El valor correspondiente al costo directo se obtiene de la suma de materia prima por \$20.670 y mano de obra directa por \$9.504 que en total dan \$30.174. “El porcentaje de impuesto corresponde al 22% que es la tarifa del impuesto a la renta para sociedades constituidas en el Ecuador” (Registro Oficial Suplemento 463, 2018, Art. 37). El Estado de Resultados proyectado se visualizara en el anexo respectivo por el tiempo de vida útil del mismo.

### 7.3. Flujo de Caja

Flujo de efectivo de Lúa Gardens

**Tabla 17:** Flujo de Caja

<b>LÚA GARDENS</b>	
<b>FLUJO DE CAIA PROYECTADO</b>	
	<u>2019</u>
Ventas	\$43.152,00
(Costos Directos)	\$30.174,00
(Costos Indirectos)	\$1.215,48
<b>Flujo Operativo</b>	<b>\$11.762,52</b>
(Gastos Administrativos)	\$6.741,67
(Gastos Ventas)	\$1.021,27
<b>Flujo de Caja Neto</b>	<b>\$3.999,58</b>

**Elaborado por:** Diana Palomeque

El valor correspondiente al costo directo se obtiene de la suma de materia prima por y de mano de obra directa. El Flujo de Caja proyectado se visualizara en el anexo respectivo por el tiempo de vida útil del mismo.

### 7.4. Análisis de la rentabilidad

El análisis de rentabilidad de Lúa Gardens permitirá medir la capacidad de la empresa para generar rentabilidad, en base a los fondos que dispone. Según Brealey , Myers , & Allen , (2010) nos dicen. “Los indicadores de rentabilidad expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activa o capital. Relacionan directamente la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo y mediano plazo” (págs. 271, 272).

#### 7.4.1. Valor Actual Neto

Según Boudreaux (2011) afirma. “El Valor Actual Neto (VAN) se utiliza para la valoración de distintas opciones de inversión, consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión y calcular su diferencia, se expresar en términos absolutos netos” (pág. 11).

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{Fn_j}{(1+i)^j}$$

Conforme al autor citado se procede a sacar el VAN para el proyecto de inversión de Lúa Gardens es mismo que corresponde a \$4.376 dólares, después de haber considerado la inversión inicial, los ingresos y egresos, el valor devuelto es positivo lo que indica que el proyecto es rentable. En el anexo se encuentra el cuadro cálculo de los valores.

#### **7.4.2. Tasa Interna de Retorno**

Según Boudreaux (2011) concluye. “La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones, se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno” (pág. 12).

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Conforme al autor citado se procede a sacar la TIR, cuyo valor es del 2% lo que indica que el proyecto es rentable. En el anexo se encuentran los cálculos correspondientes.

#### **7.4.3. Tiempo de Retorno**

El concepto de Brealey , Myers , & Allen (2010) nos dice. “El tiempo de retorno es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión” (pág. 120).

$$Payback = a + \frac{Io - b}{Ft}$$

Conforme al autor citado se procede a calcular el TR, indicando que el valor de la inversión inicial será recuperado en 4 años y un mes. En el anexo encentraran los cálculos correspondientes.

#### **7.5. Análisis de sensibilidad**

Para el análisis de sensibilidad se ha considerado los siguientes parámetros. Para proyectar las ventas se considera el 3% tomando como referencia del porcentaje de crecimiento salarial del Ecuador para el periodo 2019 que es del 2,07%. Mientas que para la proyección de gastos el valor de incremento es del 1%, valor estimado de acuerdo al porcentaje de inflación anual de precios de junio de 2019 que corresponde al 0,61%.

Como resultado de los cálculos realizados se observa:

**VAN =** 4.368 dólares

**TIR =** 2%

**TR =** 4,5

Aun obteniendo una variación en los criterios de crecimiento el proyecto de inversión sigue siendo rentable, según se puede apreciar en los resultados obtenidos de los indicadores correspondientes en los que el VAN representa 4.368 dólares ganados después de todos los periodos de gestión, descontando ingresos y gastos e inversión inicial, la TIR se mantiene en un 2% por encima del mínimo requerido para ser viable, lógicamente se debe a que el VAN es positivo, sin embargo el tiempo de recuperación de la inversión varia, pero el periodo de tiempo no es extenso ya que se sigue recuperando la inversión al 4to año pero en esta ocasión con 5 meses. Las variaciones se las realizaran en las tablas de cálculos que se encuentran en los anexos correspondientes.

## CONCLUSIONES

En conclusión se puede determinar que:

- Los productos de plantas ornamentales se han clasificado según la tendencia de gustos de las personas diseñados con especies de mayor comercialización.
- Los diseños responden a inspiraciones inéditas adecuando a las especies de plantas a espacios específicos agradables a la vista de las personas.
- Las especies seleccionadas para la creación de los diseños son aquellas que muestran vistosidad y resistencia para ser utilizadas como decoraciones dentro o fuera de los espacios.
- La gama de productos decorativos es flexible a incorporación de nuevas subcategorías permitiendo ampliar el alcance de aquellos gustos desapercibidos y que son potenciales clientes.
- La viabilidad del proyecto de inversión es factible, los indicadores financieros aplicados permiten conocer que la rentabilidad a lo largo de sus periodos, en la que el VAN es de \$4.376, con una tasa de retorno del 2%, recuperando la inversión dentro de 4 años un mes.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda:

- Elaborar un plan de investigación que permita realizar el seguimiento a las tendencias de los gustos y preferencias de los clientes.
- Innovar constantemente los diseños de las decoraciones para ofrecer un producto siempre novedoso.
- Implementar capacitaciones exprés sobre el cuidado de las decoraciones como valor agregado.
- Proponer nuevas especies que puedan incluirse en la gama para que formen parte de las decoraciones.
- Controlar constantemente el flujo de efectivo, así como los gastos para evitar contratiempos con las obligaciones adquiridas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boudreaux , K. (2011). *Finanzas*. Gran Bretaña: Edinburgh Business School.  
Recuperado el 14 de agosto de 2019
- Brealey , R., Myers , S., & Allen , F. (2010). *Principios de Finanzas Corporativas*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.  
Recuperado el 14 de agosto de 2019
- Buján Pérez, A. (15 de marzo de 2018). *Tasa Interna de Retorno - TIR*.  
Recuperado el 6 de agosto de 2019, de  
<https://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>
- Carlos, F. H. (2010). *Análisis Financiero*. Recuperado el 01 de 02 de 2019, de  
<https://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-analisis-financiero.pdf>
- Carro, R. (2009). *Investigación de operaciones en administración*. Mar de plata: PINCU. Recuperado el 14 de agosto de 2019
- Constitucion de la República del Ecuador. (2008). Capítulo séptimo, Derechos de la naturaleza. Ecuador. Recuperado el 22 de julio de 2019
- Diez, E., & Navarro , A. (2009). *Naturaleza de la Distribucion*. Recuperado el 21 de julio de 2019, de  
[https://www.mhe.es/universidad/administracion\\_empresas/diezdecastro/home/paginasdecastro.pdf](https://www.mhe.es/universidad/administracion_empresas/diezdecastro/home/paginasdecastro.pdf)
- EAE Business School. (25 de octubre de 2017). *Proceso de producción: en qué consiste y cómo se desarrolla*. Recuperado el 21 de julio de 2019, de  
<https://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla/>
- Escuela de Negocios y Dirección. (25 de enero de 2016). *CANALES DE DISTRIBUCIÓN, ¿CUÁL ES EL ADECUADO PARA TU NEGOCIO?*  
Recuperado el 21 de julio de 2019, de  
<https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>
- Hernández Sampieri , R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio , P. (1991). *Metodología de la investigación*. Mexico: MCGRAW-HILL.
- Instituto de Estadísticas y Censos. (2010). *Informe Censo Canton Milagro*.  
Recuperado el 21 de julio de 2019, de <http://bit.ly/2YclPOQ>

- Martinez , A., Ruiz , C., & Escrivá, J. (2014). *Marketing en la actividad comercial*. España: McGraw-Hill. Recuperado el 21 de julio de 2019, de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/844819358X.pdf>
- Morales. (2016). *Payback o plazo de recuperación*. Recuperado el 6 de agosto de 2019, de <https://economipedia.com/definiciones/payback.html>
- NIMF 7:2011. (2011). Sistema de Certificación Fitosanitaria. *NORMAS INTERNACIONALES PARA MEDIDAS FITOSANITARIAS*. Recuperado el 12 de 02 de 2019, de <http://www.agrocalidad.gob.ec/documentos/dcf/NIMF-7.pdf>
- Normas APA. (2016). *Fórmula para calcular la muestra de una población*. Recuperado el 4 de agosto de 2019, de <http://normasapa.net/formula-muestra-poblacion/>
- Ordenanza 2016-22. (2016). *Estudio de Impacto Ambiental*. Recuperado el 13 de 02 de 2019, de <http://milagro.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/gadmm222016.pdf>
- Ordenanza Municipal 2016-22. (2016). *Estudio de Impacto Ambiental*. Recuperado el 13 de 02 de 2019, de <http://milagro.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/gadmm222016.pdf>
- Ordenanza Municipal 32-2011. (2011). “Ordenanza sustitutiva para la determinación, administración, control y recaudación del impuesto de patente municipal de toda actividad económica en el cantón Milagro”. Art. 7. Milagro, Ecuador.
- Ordenanza Municipal 39-2011. (2011). *Tasa de habilitación por primera vez*. Recuperado el 13 de 02 de 2019
- Otzen , T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Scielo*, 228. Recuperado el 4 de agosto de 2019, de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Registro oficial 312. (23 de octubre de 2018). Ley de Compañías. *Sección III, de la Compañía en Comandita Simple*. Quito, Ecuador. Recuperado el 13 de 02 de 2019, de <http://bit.ly/2yq5hZc>
- Registro Oficial Suplemento 303. (19 de octubre de 2010). Código Orgánico Organización Territorial. Recuperado el 21 de agosto de 2019
- Registro Oficial Suplemento 463. (21 de agosto de 2018). Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI. Ecuador. Recuperado el 17 de agosto de 2019

Registro Oficial Suplemento 837. (23 de noviembre de 2012). Guia de buenas practicas agricolas en cultivos de ornamentales. Ecuador. Recuperado el 22 de julio de 2019

Registro Oficial Suplemento 983. (21 de agosto de 2018). *Código Orgánico del Ambiente*. Quito, Ecuador. Recuperado el 22 de julio de 2019

Riquelmer, M. (junio de 2005). *as 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Santiago. Recuperado el 21 de julio de 2019, de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Servicio de Rentas Internas. (29 de 07 de 2015). *Registro Unico del Contribuyente*. Recuperado el 13 de 02 de 2019, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 14 de agosto de 2019

Velayos Morales, V. (2016). *Valor actual neto (VAN)*. Recuperado el 6 de agosto de 2019, de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

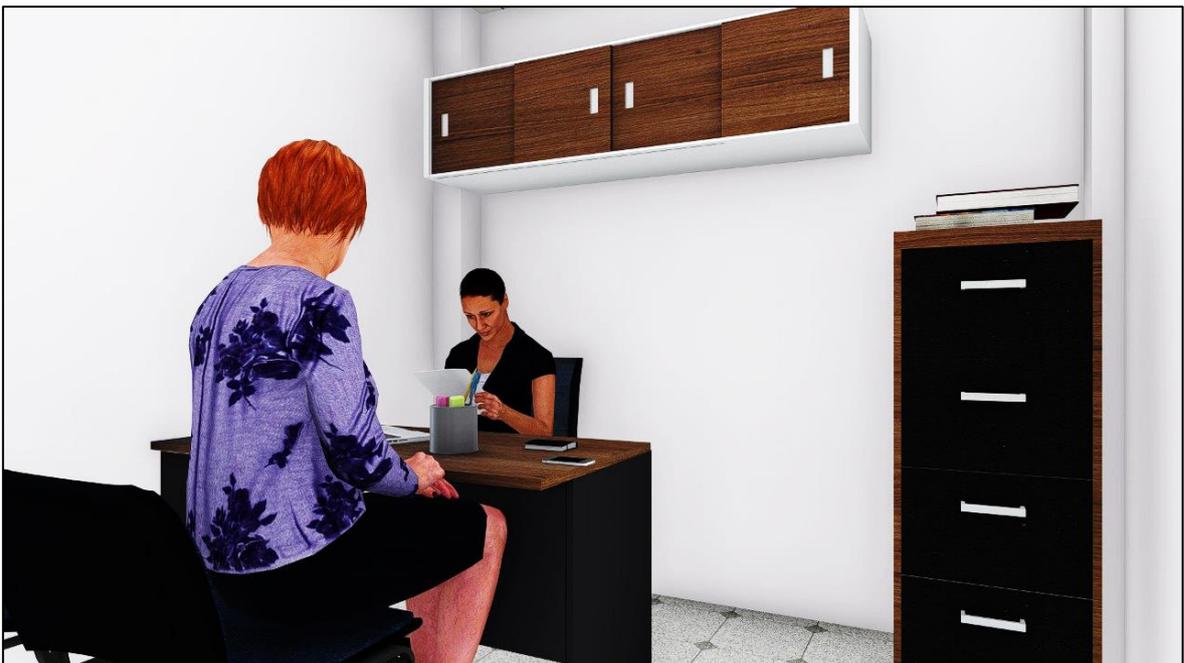
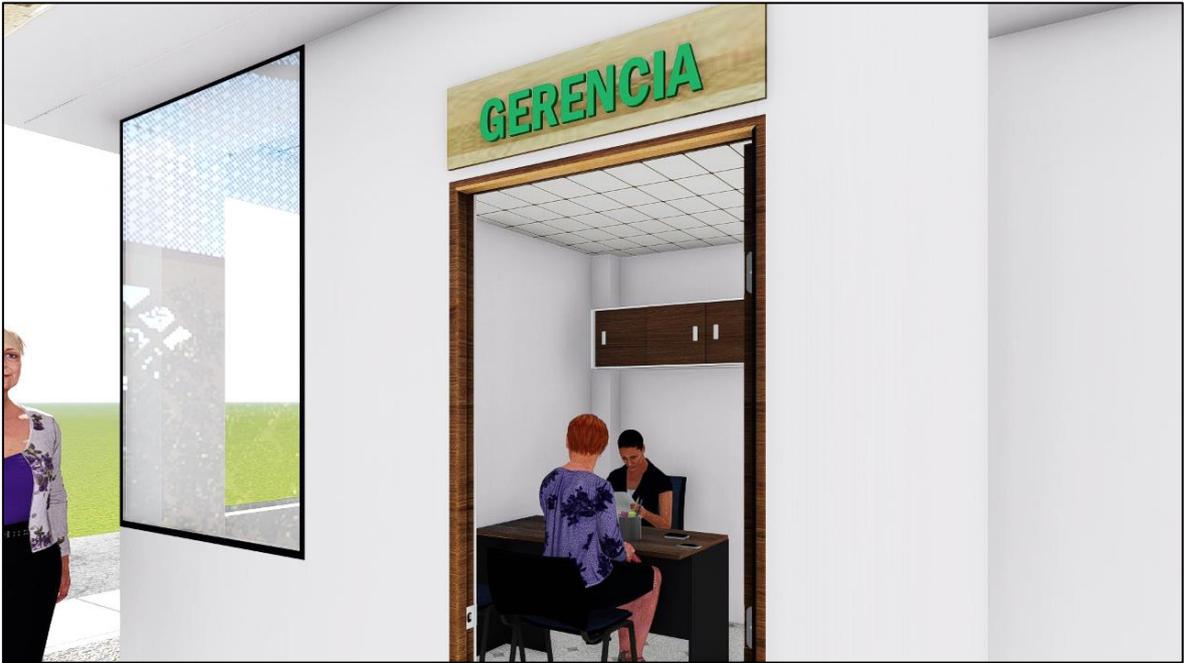
# **ANEXOS**

## Anexo 1: Instalaciones De Lúa Gardens

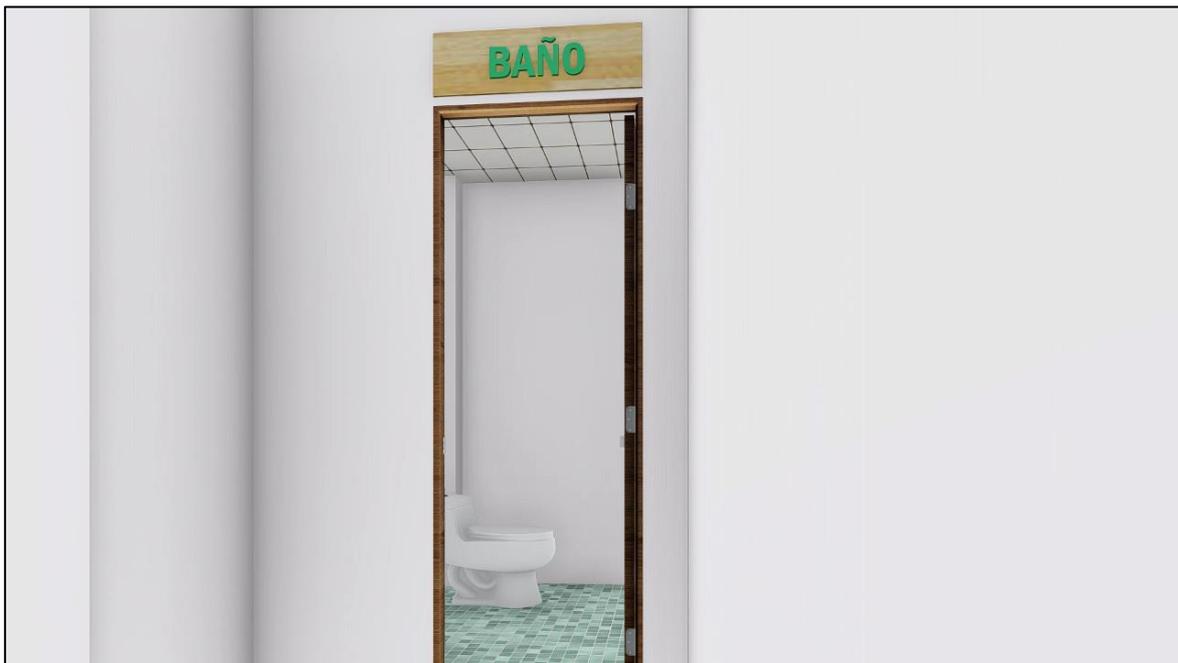
### Fachada Principal



## Administración



## Baño



## Bodega



## Recibidor

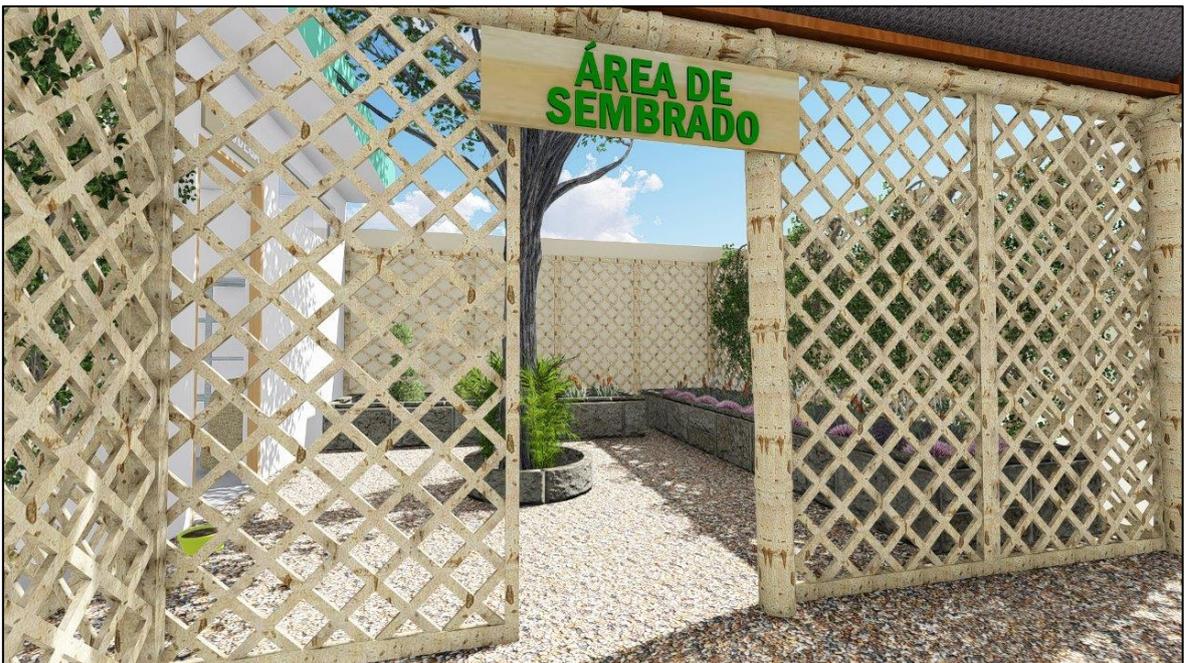


## Área de Diseño

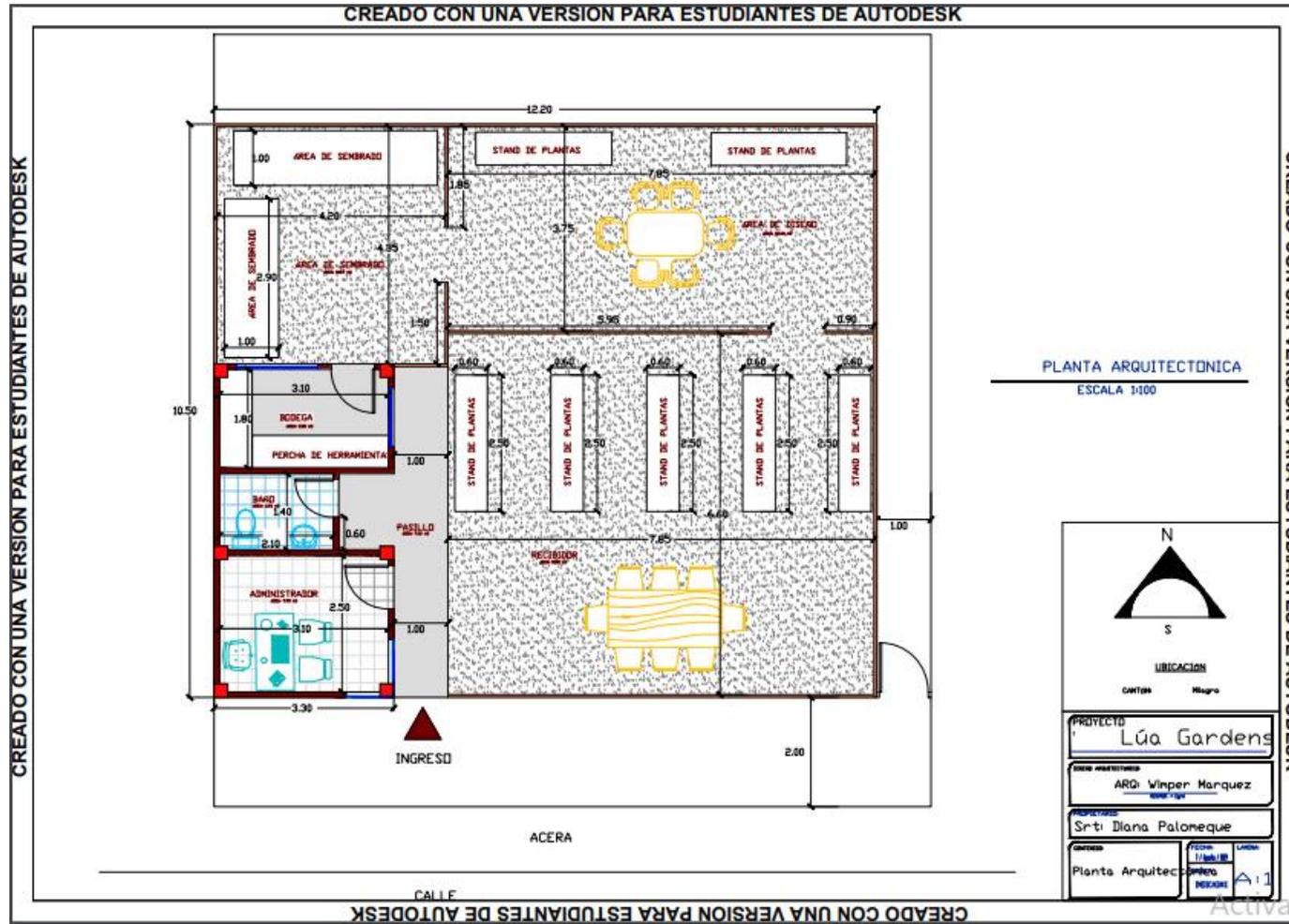




**Área de Sembrado o Producción**



## Anexo 2: Plano de las Instalaciones de Lúa Gardens



### Anexo 3: Proyección de Ventas de Lúa Gardens

<b>LÚA GARDENS</b>		<b>VENTAS PRONOSTICADAS - CLIENTES</b>															
DESCRIPCIÓN	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	TOTAL
Adornos con Suculentas	\$1.800	\$1.890	\$1.985	\$2.084	\$2.188	\$2.297	\$2.412	\$2.533	\$2.659	\$2.792	\$2.932	\$3.079	\$3.233	\$3.394	\$3.564	\$3.742	<b>\$42.583</b>
Adornos con Cactus	\$1.440	\$1.512	\$1.588	\$1.667	\$1.750	\$1.838	\$1.930	\$2.026	\$2.128	\$2.234	\$2.346	\$2.463	\$2.586	\$2.715	\$2.851	\$2.994	<b>\$34.067</b>
Adornos con Bromelias	\$3.600	\$3.780	\$3.969	\$4.167	\$4.376	\$4.595	\$4.824	\$5.066	\$5.319	\$5.585	\$5.864	\$6.157	\$6.465	\$6.788	\$7.128	\$7.484	<b>\$85.167</b>
Adornos con Orquídeas	\$6.000	\$6.300	\$6.615	\$6.946	\$7.293	\$7.658	\$8.041	\$8.443	\$8.865	\$9.308	\$9.773	\$10.262	\$10.775	\$11.314	\$11.880	\$12.474	<b>\$141.945</b>
Adornos con plantas de interior	\$9.000	\$9.450	\$9.923	\$10.419	\$10.940	\$11.487	\$12.061	\$12.664	\$13.297	\$13.962	\$14.660	\$15.393	\$16.163	\$16.971	\$17.819	\$18.710	<b>\$212.917</b>
Adornos con plantas de exterior	\$9.000	\$9.450	\$9.923	\$10.419	\$10.940	\$11.487	\$12.061	\$12.664	\$13.297	\$13.962	\$14.660	\$15.393	\$16.163	\$16.971	\$17.819	\$18.710	<b>\$212.917</b>
<b>TOTALES</b>	<b>\$30.840,00</b>	<b>\$32.382,00</b>	<b>\$34.001,10</b>	<b>\$35.701,16</b>	<b>\$37.486,21</b>	<b>\$39.360,52</b>	<b>\$41.328,55</b>	<b>\$43.394,98</b>	<b>\$45.564,73</b>	<b>\$47.842,96</b>	<b>\$50.235,11</b>	<b>\$52.746,87</b>	<b>\$55.384,21</b>	<b>\$58.153,42</b>	<b>\$61.061,09</b>	<b>\$64.114,15</b>	<b>\$729.597,05</b>

<b>LÚA GARDENS</b>		<b>VENTAS PRONOSTICADAS - DISTRIBUIDORES</b>															
DESCRIPCIÓN	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	TOTAL
Adornos con Suculentas	\$1.080	\$1.134	\$1.191	\$1.250	\$1.313	\$1.378	\$1.447	\$1.520	\$1.596	\$1.675	\$1.759	\$1.847	\$1.940	\$2.037	\$2.138	\$2.245	<b>\$25.550</b>
Adornos con Cactus	\$864	\$907	\$953	\$1.000	\$1.050	\$1.103	\$1.158	\$1.216	\$1.277	\$1.340	\$1.407	\$1.478	\$1.552	\$1.629	\$1.711	\$1.796	<b>\$20.440</b>
Adornos con Bromelias	\$972	\$1.021	\$1.072	\$1.125	\$1.181	\$1.241	\$1.303	\$1.368	\$1.436	\$1.508	\$1.583	\$1.662	\$1.746	\$1.833	\$1.924	\$2.021	<b>\$22.995</b>
Adornos con Orquídeas	\$1.620	\$1.701	\$1.786	\$1.875	\$1.969	\$2.068	\$2.171	\$2.280	\$2.393	\$2.513	\$2.639	\$2.771	\$2.909	\$3.055	\$3.207	\$3.368	<b>\$38.325</b>
Adornos con plantas de interior	\$3.888	\$4.082	\$4.287	\$4.501	\$4.726	\$4.962	\$5.210	\$5.471	\$5.744	\$6.032	\$6.333	\$6.650	\$6.982	\$7.331	\$7.698	\$8.083	<b>\$91.980</b>
Adornos con plantas de exterior	\$3.888	\$4.082	\$4.287	\$4.501	\$4.726	\$4.962	\$5.210	\$5.471	\$5.744	\$6.032	\$6.333	\$6.650	\$6.982	\$7.331	\$7.698	\$8.083	<b>\$91.980</b>
<b>TOTALES</b>	<b>\$12.312,00</b>	<b>\$12.927,60</b>	<b>\$13.573,98</b>	<b>\$14.252,68</b>	<b>\$14.965,31</b>	<b>\$15.713,58</b>	<b>\$16.499,26</b>	<b>\$17.324,22</b>	<b>\$18.190,43</b>	<b>\$19.099,95</b>	<b>\$20.054,95</b>	<b>\$21.057,70</b>	<b>\$22.110,58</b>	<b>\$23.216,11</b>	<b>\$24.376,92</b>	<b>\$25.595,76</b>	<b>\$291.271,04</b>

**LÚA GARDENS****VENTAS TOTALES PRONOSTICADAS**

DESCRIPCIÓN	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	TOTAL
Adornos con Suculentas	\$2.880	\$3.024	\$3.175	\$3.334	\$3.501	\$3.676	\$3.859	\$4.052	\$4.255	\$4.468	\$4.691	\$4.926	\$5.172	\$5.431	\$5.702	\$5.987	<b>\$68.134</b>
Adornos con Cactus	\$2.304	\$2.419	\$2.540	\$2.667	\$2.801	\$2.941	\$3.088	\$3.242	\$3.404	\$3.574	\$3.753	\$3.941	\$4.138	\$4.345	\$4.562	\$4.790	<b>\$54.507</b>
Adornos con Bromelias	\$4.572	\$4.801	\$5.041	\$5.293	\$5.557	\$5.835	\$6.127	\$6.433	\$6.755	\$7.093	\$7.447	\$7.820	\$8.211	\$8.621	\$9.052	\$9.505	<b>\$108.162</b>
Adornos con Orquídeas	\$7.620	\$8.001	\$8.401	\$8.821	\$9.262	\$9.725	\$10.212	\$10.722	\$11.258	\$11.821	\$12.412	\$13.033	\$13.684	\$14.369	\$15.087	\$15.841	<b>\$180.270</b>
Adornos con plantas de interior	\$12.888	\$13.532	\$14.209	\$14.919	\$15.665	\$16.449	\$17.271	\$18.135	\$19.041	\$19.994	\$20.993	\$22.043	\$23.145	\$24.302	\$25.517	\$26.793	<b>\$304.898</b>
Adornos con plantas de exterior	\$12.888	\$13.532	\$14.209	\$14.919	\$15.665	\$16.449	\$17.271	\$18.135	\$19.041	\$19.994	\$20.993	\$22.043	\$23.145	\$24.302	\$25.517	\$26.793	<b>\$304.898</b>
<b>TOTALES</b>	<b>\$43.152,00</b>	<b>\$45.309,60</b>	<b>\$47.575,08</b>	<b>\$49.953,83</b>	<b>\$52.451,53</b>	<b>\$55.074,10</b>	<b>\$57.827,81</b>	<b>\$60.719,20</b>	<b>\$63.755,16</b>	<b>\$66.942,92</b>	<b>\$70.290,06</b>	<b>\$73.804,56</b>	<b>\$77.494,79</b>	<b>\$81.369,53</b>	<b>\$85.438,01</b>	<b>\$89.709,91</b>	<b>\$1.020.868,08</b>

### Anexo 4: Proyección de Gastos de Lúa Gardens

#### LÚA GARDENS

#### COSTOS PRONOSTICADOS

DESCRIPCIÓN	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	TOTAL
Adornos con Suculentas	\$1.640	\$1.722	\$1.808	\$1.899	\$1.993	\$2.093	\$2.198	\$2.308	\$2.423	\$2.544	\$2.671	\$2.805	\$2.945	\$3.092	\$3.247	\$3.409	<b>\$38.798</b>
Adornos con Cactus	\$1.490	\$1.565	\$1.643	\$1.725	\$1.811	\$1.902	\$1.997	\$2.097	\$2.201	\$2.311	\$2.427	\$2.548	\$2.676	\$2.810	\$2.950	\$3.098	<b>\$35.250</b>
Adornos con Bromelias	\$1.399	\$1.469	\$1.542	\$1.619	\$1.700	\$1.785	\$1.875	\$1.968	\$2.067	\$2.170	\$2.278	\$2.392	\$2.512	\$2.638	\$2.770	\$2.908	<b>\$33.092</b>
Adornos con Orquídeas	\$3.739	\$3.926	\$4.122	\$4.328	\$4.545	\$4.772	\$5.010	\$5.261	\$5.524	\$5.800	\$6.090	\$6.395	\$6.714	\$7.050	\$7.403	\$7.773	<b>\$88.451</b>
Adornos con plantas de interior	\$6.201	\$6.511	\$6.837	\$7.179	\$7.538	\$7.914	\$8.310	\$8.726	\$9.162	\$9.620	\$10.101	\$10.606	\$11.136	\$11.693	\$12.278	\$12.892	<b>\$146.705</b>
Adornos con plantas de exterior	\$6.201	\$6.511	\$6.837	\$7.179	\$7.538	\$7.914	\$8.310	\$8.726	\$9.162	\$9.620	\$10.101	\$10.606	\$11.136	\$11.693	\$12.278	\$12.892	<b>\$146.705</b>
<b>TOTALES</b>	<b>\$20.670</b>	<b>\$21.704</b>	<b>\$22.789</b>	<b>\$23.928</b>	<b>\$25.125</b>	<b>\$26.381</b>	<b>\$27.700</b>	<b>\$29.085</b>	<b>\$30.539</b>	<b>\$32.066</b>	<b>\$33.669</b>	<b>\$35.353</b>	<b>\$37.120</b>	<b>\$38.976</b>	<b>\$40.925</b>	<b>\$42.971</b>	<b>\$489.000</b>

Incremento Anual 5%

#### LÚA GARDENS

#### COSTOS PRONOSTICADOS

DESCRIPCIÓN	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	TOTAL
Costos Directos	\$30.174	\$30.777	\$31.393	\$32.021	\$32.661	\$33.315	\$33.981	\$34.660	\$35.354	\$36.061	\$36.782	\$37.518	\$38.268	\$39.033	\$39.814	\$40.610	<b>\$562.422</b>
Costos Indirectos	\$1.215	\$1.240	\$1.265	\$1.290	\$1.316	\$1.342	\$1.369	\$1.396	\$1.424	\$1.453	\$1.482	\$1.511	\$1.542	\$1.572	\$1.604	\$1.636	<b>\$22.656</b>
<b>TOTALES</b>	<b>\$31.389</b>	<b>\$32.017</b>	<b>\$32.658</b>	<b>\$33.311</b>	<b>\$33.977</b>	<b>\$34.657</b>	<b>\$35.350</b>	<b>\$36.057</b>	<b>\$36.778</b>	<b>\$37.513</b>	<b>\$38.264</b>	<b>\$39.029</b>	<b>\$39.809</b>	<b>\$40.606</b>	<b>\$41.418</b>	<b>\$42.246</b>	<b>\$585.077</b>

Incremento Anual 2%

#### LÚA GARDENS

#### GASTOS PRONOSTICADOS

DESCRIPCIÓN	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	TOTAL
<b>Gastos Operacionales</b>																	
Gastos Administrativos	\$6.742	\$6.155	\$6.278	\$6.403	\$6.532	\$6.662	\$6.795	\$6.931	\$7.070	\$7.211	\$7.356	\$7.503	\$7.653	\$7.806	\$7.962	\$8.121	<b>\$113.180</b>
Gastos de Ventas	\$1.021	\$819	\$835	\$852	\$869	\$886	\$904	\$922	\$941	\$959	\$979	\$998	\$1.018	\$1.039	\$1.059	\$1.081	<b>\$15.183</b>
<b>TOTALES</b>	<b>\$7.763</b>	<b>\$6.974</b>	<b>\$7.113</b>	<b>\$7.255</b>	<b>\$7.401</b>	<b>\$7.549</b>	<b>\$7.700</b>	<b>\$7.854</b>	<b>\$8.011</b>	<b>\$8.171</b>	<b>\$8.334</b>	<b>\$8.501</b>	<b>\$8.671</b>	<b>\$8.844</b>	<b>\$9.021</b>	<b>\$9.202</b>	<b>\$128.363</b>

Incremento Anual 2%

## Anexo 5: Balance General Proyectado

### LÚA GARDENS BALANCE GENERAL

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
<b>ACTIVOS</b>																
<b>Activos Corrientes</b>																
Caja	\$0,00	\$3.999,58	\$6.318,60	\$7.804,26	\$9.387,60	\$11.073,97	\$12.868,99	\$14.778,59	\$16.809,00	\$18.966,76	\$21.258,75	\$23.692,21	\$26.274,75	\$29.014,39	\$31.919,52	\$34.998,99
Inventario de mercadería	\$20.670,00	\$21.703,50	\$22.788,68	\$23.928,11	\$25.124,51	\$26.380,74	\$27.699,78	\$29.084,77	\$30.539,00	\$32.065,95	\$33.669,25	\$35.352,71	\$37.120,35	\$38.976,37	\$40.925,19	\$42.971,45
<b>Activos Fijos</b>																
Muebles y enseres de oficina de oficina	\$1.330,00	\$1.064,00	\$931,00	\$798,00	\$665,00	\$532,00	\$399,00	\$266,00	\$133,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Equipos de Computo	\$1.220,00	\$414,80	\$12,20	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Equipos de jardinería	\$1.518,00	\$1.214,40	\$1.062,60	\$910,80	\$759,00	\$607,20	\$455,40	\$303,60	\$151,80	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Edificio	\$3.721,33	\$3.349,20	\$3.163,13	\$2.977,06	\$2.791,00	\$2.604,93	\$2.418,86	\$2.232,80	\$2.046,73	\$1.860,67	\$1.674,60	\$1.488,53	\$1.302,47	\$1.116,40	\$930,33	\$744,27
Maquinaria de jardinería	\$710,00	\$568,00	\$497,00	\$426,00	\$355,00	\$284,00	\$213,00	\$142,00	\$71,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciación	-\$944,47	-\$944,47	-\$944,47	-\$402,60	-\$402,60	-\$402,60	-\$402,60	-\$402,60	-\$402,60	-\$186,07	-\$186,07	-\$186,07	-\$186,07	-\$186,07	-\$186,07	-\$186,07
<b>Otros Activos</b>																
Gastos de Constitución	\$746,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Gastos de Investigación de Mercado	\$198,47	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Total Activos</b>	<b>\$29.169,33</b>	<b>\$31.369,01</b>	<b>\$33.828,74</b>	<b>\$36.441,63</b>	<b>\$38.679,51</b>	<b>\$41.080,24</b>	<b>\$43.652,43</b>	<b>\$46.405,16</b>	<b>\$49.347,94</b>	<b>\$52.707,31</b>	<b>\$56.416,53</b>	<b>\$60.347,39</b>	<b>\$64.511,50</b>	<b>\$68.921,09</b>	<b>\$73.588,97</b>	<b>\$78.528,64</b>
<b>PASIVOS</b>																
<b>Pasivos Corrientes</b>																
Impuestos por pagar		\$715,79	\$1.390,09	\$1.716,94	\$2.065,27	\$2.436,27	\$2.831,18	\$3.251,29	\$3.697,98	\$4.172,69	\$4.676,92	\$5.212,29	\$5.780,45	\$6.383,17	\$7.022,29	\$7.699,78
Sueldos por pagar	\$0,00	\$15.649,20	\$16.431,66	\$17.253,24	\$18.115,91	\$19.021,70	\$19.972,79	\$20.971,42	\$22.020,00	\$23.121,00	\$24.277,05	\$25.490,90	\$26.765,44	\$28.103,71	\$29.508,90	\$30.984,35
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$16.364,99</b>	<b>\$17.821,75</b>	<b>\$18.970,18</b>	<b>\$20.181,18</b>	<b>\$21.457,97</b>	<b>\$22.803,96</b>	<b>\$24.222,72</b>	<b>\$25.717,98</b>	<b>\$27.293,68</b>	<b>\$28.953,97</b>	<b>\$30.703,18</b>	<b>\$32.545,89</b>	<b>\$34.486,88</b>	<b>\$36.531,19</b>	<b>\$38.684,12</b>
<b>PATRIMONIO</b>																
Capital Social	\$29.169,33	\$15.004,03	\$16.006,99	\$17.471,45	\$9.860,64	\$9.584,45	\$9.321,17	\$9.071,42	\$8.835,89	\$8.831,80	\$8.982,64	\$9.149,90	\$9.334,39	\$9.536,98	\$9.758,56	\$10.000,07
Utilidad Neta	\$0,00	0,00	0,00	0,00	\$8.637,69	\$10.037,81	\$11.527,30	\$13.111,02	\$14.794,07	\$16.581,82	\$18.479,92	\$20.494,31	\$22.631,22	\$24.897,22	\$27.299,22	\$29.844,45
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$29.169,33</b>	<b>\$15.004,03</b>	<b>\$16.006,99</b>	<b>\$17.471,45</b>	<b>\$18.498,33</b>	<b>\$19.622,26</b>	<b>\$20.848,47</b>	<b>\$22.182,44</b>	<b>\$23.629,96</b>	<b>\$25.413,63</b>	<b>\$27.462,56</b>	<b>\$29.644,20</b>	<b>\$31.965,62</b>	<b>\$34.434,21</b>	<b>\$37.057,78</b>	<b>\$39.844,52</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$29.169,33</b>	<b>\$31.369,01</b>	<b>\$33.828,74</b>	<b>\$36.441,63</b>	<b>\$38.679,51</b>	<b>\$41.080,24</b>	<b>\$43.652,43</b>	<b>\$46.405,16</b>	<b>\$49.347,94</b>	<b>\$52.707,31</b>	<b>\$56.416,53</b>	<b>\$60.347,39</b>	<b>\$64.511,50</b>	<b>\$68.921,09</b>	<b>\$73.588,97</b>	<b>\$78.528,64</b>

## Anexo 6: Estado de Resultado Proyectado

### LÚA GARDENS ESTADO DE RESULTADOS

INGRESOS	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Ventas	\$43.152,00	\$45.309,60	\$47.575,08	\$49.953,83	\$52.451,53	\$55.074,10	\$57.827,81	\$60.719,20	\$63.755,16	\$66.942,92	\$70.290,06	\$73.804,56	\$77.494,79	\$81.369,53	\$85.438,01	\$89.709,91
Costos Directos	\$30.174,00	\$30.777,48	\$31.393,03	\$32.020,89	\$32.661,31	\$33.314,53	\$33.980,82	\$34.660,44	\$35.353,65	\$36.060,72	\$36.781,94	\$37.517,58	\$38.267,93	\$39.033,29	\$39.813,95	\$40.610,23
Costos Indirectos	\$1.215,48	\$1.239,79	\$1.264,59	\$1.289,88	\$1.315,67	\$1.341,99	\$1.368,83	\$1.396,20	\$1.424,13	\$1.452,61	\$1.481,66	\$1.511,30	\$1.541,52	\$1.572,35	\$1.603,80	\$1.635,88
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$11.762,52</b>	<b>\$13.292,33</b>	<b>\$14.917,47</b>	<b>\$16.643,07</b>	<b>\$18.474,54</b>	<b>\$20.417,58</b>	<b>\$22.478,15</b>	<b>\$24.662,55</b>	<b>\$26.977,38</b>	<b>\$29.429,58</b>	<b>\$32.026,46</b>	<b>\$34.775,69</b>	<b>\$37.685,34</b>	<b>\$40.763,89</b>	<b>\$44.020,26</b>	<b>\$47.463,80</b>
<b>GASTOS</b>																
<b>Gastos Pre operacionales</b>	\$746,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Gastos Operacionales</b>																
Gastos Administrativos	\$6.741,67	\$6.154,83	\$6.277,93	\$6.403,49	\$6.531,56	\$6.662,19	\$6.795,43	\$6.931,34	\$7.069,97	\$7.211,37	\$7.355,60	\$7.502,71	\$7.652,76	\$7.805,82	\$7.961,93	\$8.121,17
Gastos de Ventas	\$1.021,27	\$818,90	\$835,27	\$851,98	\$869,02	\$886,40	\$904,13	\$922,21	\$940,65	\$959,47	\$978,66	\$998,23	\$1.018,19	\$1.038,56	\$1.059,33	\$1.080,52
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$3.253,58</b>	<b>\$6.318,60</b>	<b>\$7.804,26</b>	<b>\$9.387,60</b>	<b>\$11.073,97</b>	<b>\$12.868,99</b>	<b>\$14.778,59</b>	<b>\$16.809,00</b>	<b>\$18.966,76</b>	<b>\$21.258,75</b>	<b>\$23.692,21</b>	<b>\$26.274,75</b>	<b>\$29.014,39</b>	<b>\$31.919,52</b>	<b>\$34.998,99</b>	<b>\$38.262,11</b>
(Impuestos 22%)	\$715,79	\$1.390,09	\$1.716,94	\$2.065,27	\$2.436,27	\$2.831,18	\$3.251,29	\$3.697,98	\$4.172,69	\$4.676,92	\$5.212,29	\$5.780,45	\$6.383,17	\$7.022,29	\$7.699,78	\$8.417,67
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$2.537,80</b>	<b>\$4.928,51</b>	<b>\$6.087,32</b>	<b>\$7.322,33</b>	<b>\$8.637,69</b>	<b>\$10.037,81</b>	<b>\$11.527,30</b>	<b>\$13.111,02</b>	<b>\$14.794,07</b>	<b>\$16.581,82</b>	<b>\$18.479,92</b>	<b>\$20.494,31</b>	<b>\$22.631,22</b>	<b>\$24.897,22</b>	<b>\$27.299,22</b>	<b>\$29.844,45</b>

## Anexo 7: Flujo de Caja

### LÚA GARDENS

#### FLUJO DE CAIA PROYECTADO

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Ventas	\$43.152,00	\$45.309,60	\$47.575,08	\$49.953,83	\$52.451,53	\$55.074,10	\$57.827,81	\$60.719,20	\$63.755,16	\$66.942,92	\$70.290,06	\$73.804,56	\$77.494,79	\$81.369,53	\$85.438,01	\$89.709,91
(Costos Directos)	\$30.174,00	\$30.777,48	\$31.393,03	\$32.020,89	\$32.661,31	\$33.314,53	\$33.980,82	\$34.660,44	\$35.353,65	\$36.060,72	\$36.781,94	\$37.517,58	\$38.267,93	\$39.033,29	\$39.813,95	\$40.610,23
(Costos Indirectos)	\$1.215,48	\$1.239,79	\$1.264,59	\$1.289,88	\$1.315,67	\$1.341,99	\$1.368,83	\$1.396,20	\$1.424,13	\$1.452,61	\$1.481,66	\$1.511,30	\$1.541,52	\$1.572,35	\$1.603,80	\$1.635,88
<b>Flujo Operativo</b>	<b>\$11.762,52</b>	<b>\$13.292,33</b>	<b>\$14.917,47</b>	<b>\$16.643,07</b>	<b>\$18.474,54</b>	<b>\$20.417,58</b>	<b>\$22.478,15</b>	<b>\$24.662,55</b>	<b>\$26.977,38</b>	<b>\$29.429,58</b>	<b>\$32.026,46</b>	<b>\$34.775,69</b>	<b>\$37.685,34</b>	<b>\$40.763,89</b>	<b>\$44.020,26</b>	<b>\$47.463,80</b>
(Gastos Administrativos)	\$6.741,67	\$6.154,83	\$6.277,93	\$6.403,49	\$6.531,56	\$6.662,19	\$6.795,43	\$6.931,34	\$7.069,97	\$7.211,37	\$7.355,60	\$7.502,71	\$7.652,76	\$7.805,82	\$7.961,93	\$8.121,17
(Gastos Ventas)	\$1.021,27	\$818,90	\$835,27	\$851,98	\$869,02	\$886,40	\$904,13	\$922,21	\$940,65	\$959,47	\$978,66	\$998,23	\$1.018,19	\$1.038,56	\$1.059,33	\$1.080,52
<b>Flujo de Caja Neto</b>	<b>\$3.999,58</b>	<b>\$6.318,60</b>	<b>\$7.804,26</b>	<b>\$9.387,60</b>	<b>\$11.073,97</b>	<b>\$12.868,99</b>	<b>\$14.778,59</b>	<b>\$16.809,00</b>	<b>\$18.966,76</b>	<b>\$21.258,75</b>	<b>\$23.692,21</b>	<b>\$26.274,75</b>	<b>\$29.014,39</b>	<b>\$31.919,52</b>	<b>\$34.998,99</b>	<b>\$38.262,11</b>

## Anexo 8: Análisis de la rentabilidad

### INDICES FINANCIEROS

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	TOTAL
<b>Ingresos</b>	-\$29.169,33	43.152,00	45.309,60	47.575,08	49.953,83	52.451,53	55.074,10	57.827,81	60.719,20	63.755,16	66.942,92	70.290,06	73.804,56	77.494,79	81.369,53	85.438,01	\$901.988,85
<b>Gastos</b>		39.152,42	38.991,00	39.770,82	40.566,23	41.377,56	42.205,11	43.049,21	43.910,20	44.788,40	45.684,17	46.597,85	47.529,81	48.480,41	49.450,01	50.439,01	\$661.992,21
<b>Flujos Netos</b>	-\$29.169,33	\$3.999,58	\$6.318,60	\$7.804,26	\$9.387,60	\$11.073,97	\$12.868,99	\$14.778,59	\$16.809,00	\$18.966,76	\$21.258,75	\$23.692,21	\$26.274,75	\$29.014,39	\$31.919,52	\$34.998,99	\$1.563.981,06
																	\$27.510,05

Tasa de interés para producción 11 %

Tasa de Descuento anual 9,91

$$\text{Tasa de descuento} = \frac{i}{1+(n*i)}$$

$$\text{VAN} = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{\text{FN}_j}{(1+i)^j}$$

VAN 4.376 dólares

TIR 2 %

$$\text{Payback} = a + \frac{I_0 - b}{F_t}$$

TR 4,15

## Anexo 9: Análisis de sensibilidad

### INDICES FINANCIEROS

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	TOTAL
Ingresos	-\$29.169,33	43.152,00	44.446,56	45.779,96	47.153,36	48.567,96	50.024,99	51.525,74	53.071,52	54.663,66	56.303,57	57.992,68	59.732,46	61.524,43	63.370,17	65.271,27	\$773.411,00
Gastos		39.152,42	38.599,47	38.985,47	39.375,32	39.769,08	40.166,77	40.568,44	40.974,12	41.383,86	41.797,70	42.215,68	42.637,83	43.064,21	43.494,85	43.929,80	\$616.115,02
Flujos Netos	-\$29.169,33	\$3.999,58	\$5.847,09	\$6.794,49	\$7.778,03	\$8.798,88	\$9.858,23	\$10.957,31	\$12.097,40	\$13.279,80	\$14.505,87	\$15.777,00	\$17.094,63	\$18.460,22	\$19.875,31	\$21.341,47	\$1.389.526,02

$$\sum \text{Año 1} + \text{Año 2} + \text{Año 3} + \text{Año 4} \quad \$24.419,19$$

Tasa de interés para producción	11%
---------------------------------	-----

Tasa de Descuento anual 9,91

$$\text{Tasa de descuento} = \frac{i}{1+(n*i)}$$

$$\text{VAN} = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{\text{FN}_j}{(1+i)^j} \quad \text{VAN } 4.368 \text{ dólares}$$

TIR 2 %

$$\text{Payback} = a + \frac{I_0 - b}{F_t} \quad \text{TR } 4,54$$

## Anexo 10: Certificación de la Traducción del Resumen

### CERTIFICACIÓN

Por medio de la presente certifico que el resumen del trabajo titulación realizado por la Sra. **Diana Fernanda Palomeque Hermida** con **CI: 0922280961**; corresponde a la siguiente traducción:

#### **INVESTMENT PROJECT FOR THE ELABORATION OF ORNAMENTS WITH ORNAMENTAL PLANTS IN MILAGRO'S CITY**

##### **ABSTRACT**

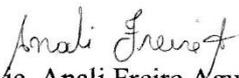
The object of this business plan is to provide the needed tools to determine the feasibility of the proposed business idea whose objective is to offer species of ornamental plants in specific designs allowing to obtain a different and innovative product. The study has different chapters ranging from the presentation of the business idea, the marketing study, marketing strategies, legal regulations, economic study and the corresponding financial analysis, allowing to obtain relevant information that will allow to make decisions about its profitability, it is important to highlight the competitive advantage of the product is the technical advice and the added value is the personification of the designs. The entrepreneurship has a large market of potential customers and if they were exploited in an appropriate way, they would generate substantial earnings. The ornament of houses spaces or premises should be promoted as a general culture in society.

**KEY WORDS:** Products, Spectrum, Designs, Ornament, Entrepreneurship.

Dando fe de que lo actuado sirva para fines pertinentes a su trabajo de titulación

**Milagro, 9 de agosto del 2019**

Atentamente,

  
Líc. Analí Freire Aguilar  
**CI: 092939485-6**



**Cambridge Assessment  
English**



**Cambridge English Entry Level Certificate in  
ESOL International (Entry 3)\***

This is to certify that

**ANALI TATIANA FREIRE AGUILAR**

has achieved

**Council of Europe Level B1**

**Overall Score 151**

Reading 159

Use of English 156

Writing 157

Listening 126

Speaking 155

Date of Examination **OCTOBER (FCE1) 2018**

Place of Entry **GUAYAQUIL**

Reference Number **18AEC0770004**

Accreditation Number **501/1426/8**

Saul Nassé  
Chief Executive

\*This level refers to the UK National Qualifications Framework

Regulated by

Corff dylfarnu cydnabyddedig



## INFORME TURNITIN

### Tesis Diana Palomeque

---

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

---

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

#### FUENTES PRIMARIAS

---

1

[www.conc.es](http://www.conc.es)

Fuente de Internet

<1%

2

[www.cyta.com.ar](http://www.cyta.com.ar)

Fuente de Internet

<1%

3

Submitted to Universidad Anahuac México Sur

Trabajo del estudiante

<1%

4

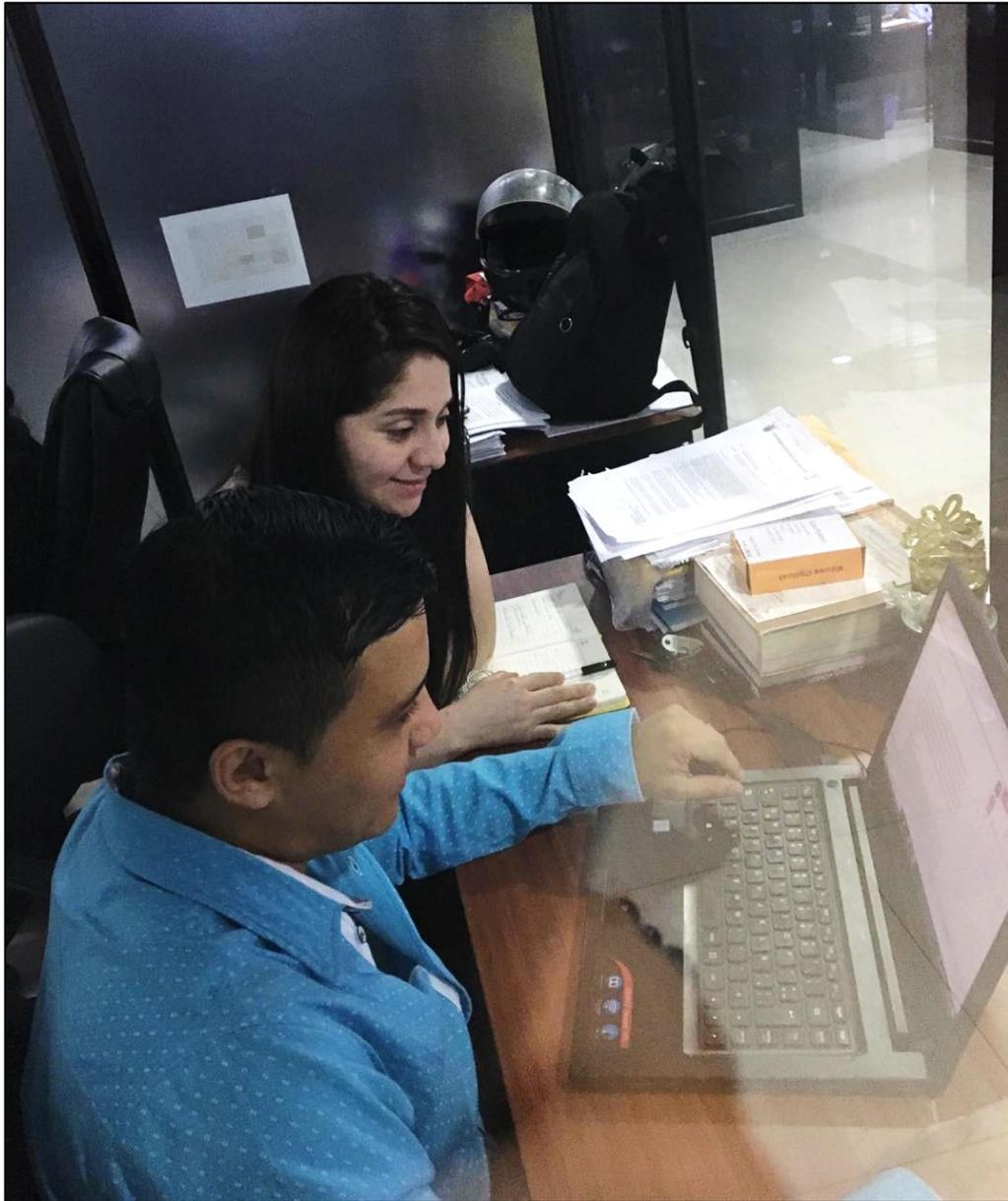
[fr.scribd.com](http://fr.scribd.com)

Fuente de Internet

<1%

---

## TUTORIAS





## REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 28-11-2018 Fin 31-10-2019

### FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO

**CARRERA:** INGENIERÍA COMERCIAL

**Línea de investigación:** MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD

**TEMA:** PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE ADORNOS CON PLANTAS ORNAMENTALES EN LA CIUDAD DE MILAGRO

**ACOMPAÑANTE:** FABIANI ORBEA BREMERO LEONARDO

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	PALOMEQUE HERMIDA DIANA FERNANDA	0922280961	INGENIERÍA COMERCIAL

Nº	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
1	25-06-2019	Inicio: 07:15 a.m.	Fin: 08:15 a.m.	1	DEFINICIÓN DEL TEMA DE PROYECTO
2	26-06-2019	Inicio: 07:30 a.m.	Fin: 08:30 a.m.	1	PRESENTACIÓN AVANCE DE PROYECTO DE TITULACIÓN (ANÁLISIS DEL CONTENIDO Y ESTRUCTURA)
3	01-07-2019	Inicio: 19:15 p.m.	Fin: 21:15 p.m.	2	REVISIÓN, CORRECCIÓN Y APROBACIÓN CAPÍTULO 1
4	16-07-2019	Inicio: 18:00 p.m.	Fin: 22:00 p.m.	4	REVISIÓN DE LOS CAPÍTULOS 2, 3, 4, 5 Y 6, PENDIENTES DE CORREGIR (2, 3, 4, 5 Y 6)
5	02-08-2019	Inicio: 15:30 p.m.	Fin: 19:30 p.m.	4	REVISIÓN DE LOS CAPÍTULOS 2, 3, 4, 5, 6 Y 7. PRESENTAR OBSERVACIONES HASTA EL 8 DE AGOSTO, PREVIA A APROBACIÓN Y CARGA AL SISTEMA DE GESTIÓN ACADÉMICA
6	12-08-2019	Inicio: 18:00 p.m.	Fin: 21:00 p.m.	3	REVISIÓN DE LOS CAPÍTULOS 4, 5, 6 Y 7. RESOLVER OBSERVACIONES HASTA EL 16 DE AGOSTO, PREVIA A APROBACIÓN Y CARGA AL SISTEMA DE GESTIÓN ACADÉMICA
7	19-08-2019	Inicio: 19:00 p.m.	Fin: 21:00 p.m.	2	REVISIÓN DE LOS CAPÍTULOS 6 Y 7, MÁS CONCLUSIONES.
8	21-08-2019	Inicio: 17:00 p.m.	Fin: 20:00 p.m.	3	REVISIÓN DE COINCIDENCIAS TEXTUALES Y CITAS (TURNITIN)

Ing. Leonardo Fabiani. PhD

FABIANI ORBEA BREMERO LEONARDO  
PROFESOR(A)

DIRECCIÓN DE CARRERA  
INGENIERÍA COMERCIAL  
SOLIS GRANDA LUIS EDUARDO  
DIRECTOR(A)

PALOMEQUE HERMIDA DIANA FERNANDA  
ESTUDIANTE

**Dirección:** Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26  
**Commutador:** (04) 2715061 - 2715079 Ext. 3107  
**Telefax:** (04) 2715187  
Milagro • Guayas • Ecuador

**VISIÓN**  
Ser una universidad de docencia e investigación.

**MISIÓN**  
La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demanda al sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.