



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

**TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

**Arreglos con flores secas y preservadas como idea de negocio sostenible para Lima  
Metropolitana, 2023**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE**

**Bachiller en Administración y Dirección de Negocios**

**Bachiller en Marketing e Innovación**

**Presentado por:**

**Aguayo Hermoza, Gabriela - Administración y Dirección de Negocios**

**Blanco Garayar, Andrea Alejandra - Administración y Dirección de Negocios**

**Cruz Chipile, Stefani - Marketing e Innovación**

**Asesor:**

**Dra. ALBARRACÍN APARICIO, ROXANA ALEXANDRA**

**(ORCID - 0000-0002-6930-3718)**

**Lima, Perú**

**2023**

**ARREGLOS CON FLORES SECAS Y PRESERVADAS COMO IDEA  
DE NEGOCIO SOSTENIBLE PARA LIMA METROPOLITANA, 2023**

## **ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR (A) :**

Albarracín Aparicio, Roxana Alexandra

### **MIEMBROS DEL JURADO**

Huertas, Eduardo

Diaz, Nataly

Haro, Eduardo

### DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

07 de Marzo de 2023

Yo, Gabriela Aguayo Hermoza Identificado  
(a) con DNI N° 41880612 perteneciente  
al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi  
asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracín  
Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y  
cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Andrea Alejandra Blanco Garayar Identificado  
(a) con DNI N° 45038656 perteneciente  
al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi  
asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracín  
Aparicio, identificado (a) con DNI N°:  
41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Stefani Cruz Chipile Identificado  
(a) con DNI N° 75877455 perteneciente  
al Programa de Marketing e Innovación, siendo  
mi asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracín  
Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código  
ORCID es 0000-0002-6930-3718.

**DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:**

a) Somos los autores del documento académico titulado “ ARREGLOS CON FLORES SECAS Y PRESERVADAS COMO IDEA DE NEGOCIO SOSTENIBLE PARA LIMA METROPOLITANA, 2023. “ b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual no excede del 25% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.

d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 7, de marzo, 2023

**Firmas de los autores**

Nombres	Apellidos	DNI	Firma
GABRIELA	AGUAYO HERMOZA	41880612	
ANDREA ALEJANDRA	BLANCO GARAYAR	45038656	
STEFANI	CRUZ CHIPILE	75877455	

**Firma del asesor**

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
ROXANA ALEXANDRA	ALBARRACIN APARICIO	41981490	

## DEDICATORIA

Va dedicado especialmente a mi esposo Carlos que gracias a su insistencia tomé la decisión de retomar y culminar esta etapa tan importante en lo profesional, de igual manera a mis hijos Estefano y Lorena por su paciencia, ya que todo esfuerzo por ellos vale la pena.

Gabriela Aguayo Hermoza

Dedico especialmente a mi hija y esposo, que fueron mi soporte y sobre todo mi impulso para cada día salir adelante y dar lo mejor de mí. Así mismo, a mi abuelita, que no está presente con nosotros, pero que desde el cielo me dio las fuerzas para poder lograr este nuevo logro en mi vida.

Andrea Alejandra Blanco Garayar

A Julia y Claudio, mis preciosos padres, personas que admiro, sabios por experiencia, que siempre respetan mis decisiones en cada paso, criaron una hija de bien que ahora sabe cómo enfrentarse a la vida, lo poco o mucho que logre no se compara con los principios y valores que me inculcaron, ahora podemos decir juntos ¡Lo logramos!

Stefani Cruz Chipile

## AGRADECIMIENTO

Agradezco especialmente a mis padres Luis y Judith que son el pilar fundamental en mi vida, siempre están alentando mis decisiones y desde un inicio me apoyaron y mostraron el camino para ser mejor persona.

Gabriela Aguayo Hermoza

Agradezco a mi madre, por su apoyo constante y sobre todo ser una guía en mi camino personal y profesional a lo largo de mi vida. Así mismo a Dios, por guiarme y bendecirme en cada paso que doy en mi vida.

Andrea Alejandra Blanco Garayar

Agradezco a familia y amigos más cercanos, que no dejaron que me rinda, a The rose la banda que admiro y para mí son sinónimo de perseverancia y talento, a los profesores que me acompañaron durante la carrera e hicieron que la ame y a mi amiguito de cuatro patas, Choco, que se trasnochaba junto a mi mientras realizaba este trabajo.

Stefani Cruz Chipile

## ÍNDICE

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	3
DECLARACION JURADA DE ORIGINALIDAD	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
ÍNDICE	7
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS	12
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL	18
1.1 Título del Proyecto	18
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	18
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	18
1.4 Alcance de la solución	19
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA	21
2.1 Formulación del problema	21
2.1.1 Problema general	22
2.1.2 Problemas específicos	22
2.2 Objetivos de investigación	22
2.2.1 Objetivo general	22
2.2.2 Objetivos específicos	22
2.3 Justificación de la investigación	23
2.3.1 Justificación teórica	23
2.3.2 Justificación metodológica	23
2.3.3 Justificación práctica	23
2.4 Limitaciones de la investigación	24
2.5 Viabilidad de la investigación	24
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	25
3.1 Antecedentes	25



3.1.1	Antecedentes nacionales	25
3.1.2	Antecedentes internacionales	26
3.2	Marco teórico	28
3.2.1	Arreglos con flores secas y preservadas	28
3.2.2	Idea de Negocio sostenible	32
3.3	Definición de términos básicos	42
CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES		43
4.1	Formulación de hipótesis principales y derivadas	43
4.1.1	Hipótesis principal	43
4.1.2	Hipótesis derivadas	43
4.2	Operacionalización de variables	43
CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		45
5.1	Diseño metodológico	45
5.2	Diseño muestral	46
5.3	Población	46
5.4	Muestra	46
5.5	Técnica de recolección de datos	46
5.6	Técnicas estadísticas de procesamiento de la información	46
5.7	Resultados	47
5.7.1	Análisis descriptivo	47
5.7.2	Análisis ligados a las hipótesis	73
CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN		75
6.1	Alcance esperado	75
6.2	Descripción de la propuesta de innovación	75
6.3	Diagnóstico situacional	76
6.4	Procedimiento para la propuesta de mejora	77
6.4.1	Desarrollo del proyecto de Innovación	77
6.4.2	Presupuesto	90
CONCLUSIONES		109
RECOMENDACIONES		110
FUENTES DE INFORMACIÓN		112

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. ¿Influye en ti que una florería cuente con un programa ambiental propio?	47
Tabla N° 2. ¿La florería debe indicar al cliente que promueven el cuidado del medio ambiente?	48
Tabla N° 3. ¿Consideras que el impacto ambiental influye en la decisión final de tu compra?	49
Tabla N° 4. ¿Consideras que una florería debe contar con un plan de responsabilidad social y ambiental?	51
Tabla N°5. ¿Influye en el cliente que una florería cumpla con responsabilidad social en su entorno?	52
Tabla N° 6. ¿Es importante para el cliente que los procesos de producción de una florería sean sostenibles?	53
Tabla N°7. ¿Consideras que una florería debe sustentar (proceso de producción)?	55
Tabla N°8. ¿Con qué frecuencia eliges productos eco amigables?	56
Tabla N°9. ¿Consideras que las florerías deben seleccionar mejor sus productos?	57
Tabla N° 10. ¿Consideras que las florerías deben utilizar productos ecológicos?	58
Tabla N°11. ¿Eres consciente en dónde acaban los desechos florales?	60
Tabla N°12. ¿Has escuchado sobre el proceso de liofilización de una flor?	61
Tabla N°13. ¿Has escuchado sobre el proceso de secado de una flor?	62

Tabla N°14. ¿Tienes conocimiento de tu gasto promedio cuando compras obsequios?	63
Tabla N°15. ¿Estarías dispuesto a adquirir arreglos basados en flores secas y preservadas?	65
Tabla N°16. ¿Estarías dispuesto a adquirir arreglos florales con mayor durabilidad?	66
Tabla N°17. ¿Con qué frecuencia adquiere arreglos florales?	67
Tabla N°18. ¿Sueles limitar el monto al adquirir un arreglo floral?	69
Tabla N°19. ¿Destinarías un porcentaje de tu ingreso mensual al consumo de Arreglos Florales?	70
Tabla N°20. ¿Sueles buscar precios y presentaciones sobre arreglos florales en internet?	71
Tabla N° 21. FODA	76
Tabla N° 22. Costo Ramo flores secas y preservadas	92
Tabla N° 23. Costo Canasta flores secas y preservadas	93
Tabla N° 24. Costos área de Administración y Contabilidad	94
Tabla N° 25. Costos área de Logística y Marketing	95
Tabla N° 26. Costos área de Operaciones & Diseño	96
Tabla N° 27. Otros Costos Varios	97
Tabla N° 28. Presupuesto Planilla personal	98
Tabla N° 29. Activos Tangibles	99
Tabla N° 30. Activos Intangibles	100

Tabla N° 31. Gastos Administrativos	101
Tabla N° 32. Gastos de Ventas	101
Tabla N° 33. Precio de Venta de Arreglos	102
Tabla N° 34. Programa de Venta de Arreglos	103
Tabla N° 35. Costo Total por Arreglo de acuerdo al programa de ventas	103
Tabla N° 36. Costo Total por Arreglo de acuerdo al programa de ventas	104
Tabla N° 37. Capital de Trabajo	105
Tabla N° 38. Flujo de Caja Operativo	106
Tabla N° 39. Flujo de Inversiones	107

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura N° 1. Beneficios de uso productos sostenibles	35
Figura N° 2. Programa ambiental propio	47
Figura N° 3. Cuidado del medio ambiente	49
Figura N° 4. Impacto ambiental en la decisión final de compra	50
Figura N°5. Plan de Responsabilidad social y ambiental	51
Figura N°6. Responsabilidad Social en su entorno	53
Figura N°7. Procesos de producción sostenibles	54
Figura N°8. Proceso de Producción	55
Figura N°9. Productos eco amigables	56
Figura N°10. Selección de productos	58
Figura N°11. Desechos florales	59
Figura N°12. Productos ecológicos	60
Figura N°13. Liofilización de una flor	61
Figura N°14. Proceso de secado de una flor	63
Figura N°15. Gasto promedio al comprar un obsequio	64
Figura N°16. Arreglos en base a flores secas flores y preservadas	65
Figura N°17. Arreglos florales con mayor durabilidad	67
Figura N° 18. Frecuencia de adquisición de arreglos florales	68
Figura N°19. Monto al adquirir un arreglo floral	69
Figura N° 20. Porcentaje de consumo	71
Figura N°21. Precios y presentaciones en la web	72
Figura N°22: Arreglo en Flores Secas y Preservadas	82
Figura N°23: Canasta en Flores Secas y Preservadas	83

Figura N°24: Buyer Person	84
Figura N°25: Logo Inflora	85
Figura N°26: Paleta de Colores Inflora	85
Figura N°27: Facebook Inflora	87
Figura N°28: Instagram Inflora	88
Figura N°29: Página Web Inflora	89

## RESUMEN

El objetivo principal del presente estudio fue determinar la viabilidad de los arreglos con flores secas y preservadas como idea de negocio para Lima Metropolitana, 2022. Este estudio siguió un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con diseño muestral aleatorio y de método de análisis descriptivo. La población de estudio consideró a un grupo extenso de la ciudad de Lima, sobre quienes se aplicó la fórmula correspondiente a poblaciones finitas donde se obtuvo una muestra de 124 personas a los cuales se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas debidamente validados interna como externamente que permitieron determinar el soporte para el desarrollo de la idea como negocio sostenible, así como la percepción y preferencias de la muestra seleccionada sobre las florerías ecológicas. Con los resultados obtenidos se pudo determinar que se valida la hipótesis general ya que se observa que el 89.4% considera importante que los procesos de producción sean sostenibles. Por otro lado, con respecto a la hipótesis específica muestra que el 89.2% influye en la decisión final de su compra que los productos tengan un impacto ambiental positivo y por ende consideran valioso la vida útil de las flores.

**Palabras claves:** Negocios sostenibles, florerías ecológicas, vida útil de las flores, procesos de producción sostenibles.

## ABSTRACT

The main objective of this study was to determine the viability of arrangements with dried and preserved flowers as a business idea for Metropolitan Lima, 2022. This study followed a quantitative approach of the applied type with a random sample design and a descriptive analysis method. The study population considered an extensive group from the city of Lima, on whom the formula corresponding to finite populations was applied, where a sample of 124 people was obtained, to whom a questionnaire of 20 closed questions was applied, duly validated internally and externally. that allowed to determine the support for the development of the idea as a sustainable business, as well as the perception and preferences of the selected sample on ecological flower shops. With the results obtained, it was possible to determine that the general hypothesis is validated since it is observed that 89.4% consider it important that the production processes are sustainable. On the other hand, regarding the specific hypothesis, it shows that 89.2% influence the final decision of their purchase that the products have a positive environmental impact and therefore consider the useful life of the flowers valuable.

**Keywords:** Sustainable business, ecological flower shops, useful life of flowers, sustainable production processes.



## INTRODUCCIÓN

En el mundo actual es de suma importancia el cuidado del medio ambiente ya que muchas personas a lo largo de los años han tomado conciencia de todo el daño ocasionado por el consumismo innecesario, así como por la contaminación de desechos excesivos de las industrias que hasta el día de hoy no son reguladas debidamente por las autoridades competentes, y esto se puede evidenciar por ejemplo a través de los desastres naturales y cambios climáticos. Por lo cual las personas han ido cambiando sus estilos de vida y ahora toman mayor importancia el uso de productos o servicios que contrarresten o minimicen el impacto ambiental, dando oportunidad a nuevos negocios sostenibles.

El presente estudio contiene seis capítulos que se desarrollaron de forma integral. EN EL CAPÍTULO 1 se desarrollará el área estratégica de desarrollo prioritario, la actividad económica en la que se aplicaría la investigación, el alcance de la solución.

EN EL CAPÍTULO 2 se desarrollará la formulación del problema, así como los objetivos generales y específicos. También se presentarán las justificaciones, limitaciones y viabilidad del proyecto.

EN EL CAPÍTULO 3 se detalla los antecedentes nacionales e internacionales, que permitirán detallar los precedentes sobre lo estudiado, así como el marco teórico y definiciones básicas.

EN EL CAPÍTULO 4 se desarrolla la hipótesis, variables y la operacionalización de las variables lo cual se refleja en la matriz de consistencia que a su vez permitirá la recopilación de datos estadísticos.

EN EL CAPÍTULO 5 se desarrolla la metodología aplicada en el enfoque cuantitativo, diseño descriptivo, la población y muestra elegida. También la técnica de recolección de datos que fue la encuesta, sus resultados para luego desarrollar el análisis de la hipótesis.

Finalmente, EL CAPÍTULO 6 contiene la propuesta de innovación, la descripción de la propuesta, el diagnóstico situacional, así como el desarrollo del plan de negocio y presupuesto para evidenciar su viabilidad y desarrollo.

## **CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL**

### **1.1 Título del proyecto**

ARREGLOS CON FLORES SECAS Y PRESERVADAS COMO IDEA DE NEGOCIO SOSTENIBLE PARA LIMA METROPOLITANA 2022.

### **1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario**

La línea de investigación que se aplicará es Gestión del emprendimiento, debido a que la innovación de un nuevo modelo de negocio, se encuentra presente desde el producto hasta el diseño final de los arreglos y las rosas preservadas. Este tipo de modelo, son nuevos en el mercado y poco difundidas al igual que el uso de flores secas. Resulta un producto innovador ya que estos se basarán en diseños propios y a la tendencia de mercados internacionales, con la finalidad de romper el esquema establecido durante años de los arreglos naturales.

### **1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación**

La actividad económica en la cual se va a aplicar la idea de negocio es, el desarrollo de nuevos productos en florerías, las cuales, se encuentran en su gran mayoría dedicadas al comercio de flores naturales sin considerar la opción de la materia prima preservada.

El mercado de flores ha crecido y evolucionado a lo largo de los años por las diversas fechas especiales, estas ocasiones invitan a celebrar, conmemorar y/o reconocer el mérito, así como el aprecio a alguien que por medio de flores expresa un valor sentimental, sumando a esto, el sector ha tomado mayor relevancia, ya que gracias a las mil formas creativas de la presentación de estas, se agrega temáticas entre otros detalles que embellecen el presente, es así que por lo general el público está dispuesto a consumir sin cuestionar el precio, sin embargo al brindarles una mejor alternativa, y con un precio similar, podrán adquirir flores de mayor duración. Por lo tanto, se considera un mercado atractivo por los buenos márgenes de ganancia que dejan.

#### **1.4 Alcance de la solución**

Inflora, es una florería que busca la utilización de flores secas y preservadas basados en la innovación en el mercado de flores, ya que son poco difundidas a nivel nacional rompiendo el esquema tradicional de los arreglos florales tradicionales. Esta idea de negocio se desarrollará en Lima Metropolitana, donde se encuentra la mayor concentración del mercado nacional de flores. La segmentación estará enfocada en hombres y mujeres con rango de edad entre 25 a 35 años con un nivel socioeconómico A y B.

Este modelo de negocio busca conseguir ser sustentable y eco amigable, debido a que actualmente la producción y consumo han superado los límites ecológicos del planeta, siendo ignorado por los mercados. Las empresas producen beneficios propios sin tomar en consideración que estas actividades provocan impactos

negativos en el medio ambiente. Tenemos que tomar en cuenta que la alta contaminación que se ha producido en los últimos años altera el medio ambiente. Es por ello que se busca solucionar este problema, creando una idea de negocio comercializadora de flores secas y preservadas, sin causar daño al medio ambiente y promoviendo su cuidado, así como ofrecer productos naturales y de calidad a los usuarios.

## **CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA**

### **2.1 Formulación del problema.**

La floricultura es el arte decorativo el cual actualmente tiene una participación bastante significativa a nivel internacional. Uno de los principales productos en el mundo es Holanda, seguido por Colombia y Ecuador, debido a las condiciones climatológicas que contamos en Sudamérica. Contamos con un gran territorio, horas de sol, grandes reservas de agua y un repertorio de especies vegetales; lo cual hace que contemos con una gran producción de flores.

El mercado de arreglos florales es uno de los mercados con potencial de desarrollo en el Perú, debido a la diversidad de flores producidas en las diferentes regiones; sin embargo, una de las limitantes de este mercado es la durabilidad del producto ya que, al ser un producto fresco, el tiempo de vida es muy corto, por lo que es común en esta industria se desincentive el crecimiento del mercado.

En el sector existen muchas empresas en Lima que ofrecen una gran variedad de flores para que el cliente pueda elegir, las más solicitadas son tulipanes, girasoles, rosas entre otras, además ofrecen temáticas de acuerdo al evento especial y en muchos casos incluyen el servicio de delivery. Entre los principales competidores están Rosatel, Magia floristería, Green house florería, etc.

Existen también espacios como el mercado de flores Santa Rosa ubicado en Acho donde se venden diversos tipos de flores y ofrecen una amplia gama de precios

como por ejemplo de acuerdo al tipo de flor e inclusive se puede comprar al por mayor para luego revender.

### **2.1.1 Problema General**

¿De qué manera los arreglos con flores secas y preservadas influyen en un negocio sostenible para Lima metropolitana 2022?

### **2.1.2 Problemas específicos**

¿De qué manera los arreglos con flores secas y preservadas influyen en el impacto Ambiental de Lima Metropolitana, 2022?

¿De qué manera los arreglos de flores secas y preservadas influyen en la vida útil del producto en Lima Metropolitana, 2022?

¿De qué manera los arreglos con flores secas y preservadas influyen en la economía de los consumidores de Lima Metropolitana, 2022?

## **2.2 Objetivos de Investigación**

### **2.2.1 Objetivo General**

Determinar de qué manera los arreglos con flores secas y preservadas influye en un negocio sostenible para Lima Metropolitana, 2022.

### **2.2.2 Objetivos específicos**

De qué manera los arreglos de flores secas y preservadas influyen en el impacto ambiental de Lima Metropolitana 2022.

De qué manera los arreglos de flores secas y preservadas influyen en la vida útil del producto para Lima Metropolitana 2022.

Determinar de qué manera los arreglos de flores secas y preservadas influyen en la economía de los consumidores en Lima Metropolitana, 2022.

## **2.3 Justificación de la Investigación**

### **2.3.1 Justificación Teórica**

La justificación es de tipo teórica ya que cuenta con una información amplia y completa que permitirá un desarrollo adecuado del marco teórico. Asimismo, se cuenta con información importante respaldada por fuentes confiables, que brindan el sustento teórico requerido.

### **2.3.2 Justificación metodológica**

El trabajo cuenta con la justificación metodológica ya que se aplicará el método científico lo cual permitirá obtener información y argumentar el debido soporte para la realización de productos que ayuden a la minimización de residuos o desechos en Lima Metropolitana. Así mismo ofrecer a las personas que tengan como opción obtener productos eco sostenibles en pro del cuidado medio ambiental.



### **2.3.3 Justificación práctica**

Cuenta con una justificación de tipo práctica ya que ayudará a minimizar el exceso de desechos en Lima Metropolitana, así como también se ofrecerá productos de mayor duración comparados con los arreglos naturales. Por lo tanto, buscamos ofrecer productos eco amigables que, a su vez, sean innovadores en el mercado y cuenten con una participación y diferenciación considerándose exclusivos.

### **2.4 Limitaciones de la investigación**

En la investigación de arreglos con flores secas y preservadas se determinó las siguientes limitaciones: No acceso a datos como la merma de las florerías y mercados mayoristas de flores en la ciudad de Lima, falta de investigaciones en el rubro de florerías en Lima como por ejemplo el proceso de Liofilización.

### **2.5 Viabilidad de la investigación**

La investigación es viable debido a que una de las investigadoras tiene conocimientos previos con las flores y esto permite tener enfoques tanto internos como externos. Otra ventaja es que se puede acceder a opiniones de personas que alguna vez compraron arreglos florales dentro de la muestra de estudio seleccionado.

## **CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL**

### **3.1 Antecedentes**

#### **3.1.1 Antecedentes nacionales**

Bardales (2018) desarrolló una tesis de título: “Identificación de factores que impactan en la decisión de compra de rosas de larga duración”, para optar el título profesional de Licenciado en International Business, con el propósito de: “Indagar y dar a conocer los factores que intervienen en la demanda de flores preservadas”. La autora enfoca su investigación en las flores preservadas en el mercado limeño por lo que una de sus principales fuentes fue la empresa PUKA, empresa del rubro de las flores. El tipo de estudio es descriptivo y exploratorio con un diseño de investigación transversal, se realizaron entrevistas y encuestas a la población de Lima metropolitana con una muestra de 95 personas. La investigadora obtiene como resultado de la muestra que un 76,8% señala que sí está dispuesto a comprar rosas conservadas sabiendo que durará un tiempo no menor a seis meses. Otro descubrimiento es que el 57% de la muestra está dispuesto a destinar 50 soles en la compra de rosas. El 38% de la muestra escogió a las rosas como el tipo de flor con mayor demanda. La investigadora concluye que los motivos de compra no influyen de forma significativa en la decisión de compra como sí lo hace el perfil de consumidor, el precio y las características de la rosa.

Arce, Vilcachagua, Temple (2018) desarrollaron la tesis de maestría con título: “Plan de negocio para la entrega de arreglos con flores preservadas para los

segmentos de NSE A y B de Lima Metropolitana” para optar el grado académico de maestro en Finanzas, en el país de Perú con el propósito de “crear un plan de negocio que ofrece flores preservadas en ciertos sectores de Lima Metropolitana” Los autores realizaron entrevistas a los principales futuros stakeholders para conocer las dificultades del mercado así como 300 encuestas y focus group al público objetivo donde muestran que existe gran interés por parte de los consumidores por obtener arreglos florales novedosos y de calidad, además de brindar un acompañamiento en la elección de dichos productos. Así mismo los autores concluyen que es un proyecto económicamente y financieramente factible.

Aquino, Martel, Martínez (2021) desarrollaron la tesis de título : “Influencia del Desarrollo Sostenible aplicado al diseño de florerías eco amigables en el distrito de los Olivos Año 2021” para optar el título de Bachiller en Administración y Dirección de Negocios, así como Bachiller en Comunicación Estratégica con el propósito de “determinar la influencia del desarrollo sostenible aplicado en el diseño de una florería eco-amigable del distrito de los olivos” para dicho estudio se utilizó como herramienta una hoja de cotejo. Los investigadores concluyen que la florería cumple con un 75% en referencia a la dimensión de Ecodiseño mediante la utilización de productos renovables, innovación de materiales y promoviendo el impacto positivo que tiene su utilización con el medio ambiente.

### 3.1.2 Antecedentes internacionales

Viteri (2017) desarrolló una tesis de título: “Creación de la empresa artesanal de flores secas con la utilización de fibras naturales” para optar el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, en el país de Ecuador con el propósito de “crear un emprendimiento artesanal de flores secas el cual minimice el impacto ambiental”. La autora indica en esta investigación que la empresa “MAVIFLOR” realizó una encuesta a 382 personas donde se deduce que el 75% de los encuestados manifestaron que en su caso si han comprado arreglos florales hechas con flores secas, siendo estos los demandantes reales.

Cufiño (2021) desarrolló un trabajo de grado con el título “Flor preservada: reconocimiento e interacción del lenguaje de las flores dentro del mercado colombiano” para optar el título como Diseñadora Industrial, con el propósito de “Dar a conocer la flor preservada, sus beneficios, cuidados y versatilidad en el mercado de flores bogotano”. La autora señala que su población es Bogotá con una muestra de 85 personas. Los instrumentos usados fueron entrevista y encuestas donde se obtuvo como resultado que el 45,9% no es comprador frecuente de flores. Otro resultado es que el 80% de la muestra desconoce el mercado de flores preservadas. La investigadora concluye que existe desconocimiento de lo que es una flor preservada. También señala que la mayoría se confunde al pensar que el proceso de preservación es un proceso químico poco amigable con el medio ambiente.

Arroyave & Marulanda (2019) desarrollaron un artículo científico “Eco emprendimiento, sostenibilidad y generación de valor” con el objetivo de “Evidenciar la relación estrecha que existe entre las empresas sostenibles la generación de valor tanto en lo social como en lo económico, así como la protección del medio ambiente” para ello las autoras realizaron un análisis por medio de un Programa Emprender para la Vida que promueve negocios eco amigables en Colombia. Las autoras muestran los resultados donde la mayoría de los eco emprendedores son hombres con nivel universitario entre 25 y 35 años, así como se muestra que 76 iniciativas fueron promovidas. Además, concluyen que es posible realizar aportes de sostenibilidad por ejemplo a través de la reducción del uso racional de luz y energía sin afectar el producto terminado, contribuyendo a la generación de valor.

### **3.2 Marco teórico**

#### **3.2.1 Arreglos con flores secas y preservadas**

##### **Flores naturales**

Se pueden considerar a las flores como aquella “Parte de las plantas fanerógamas donde se encuentran los órganos reproductores que suelen estar dispuestos en cuatro verticilos (cáliz, corola, androceo y gineceo); pueden ser de muchas formas y colores distintos, unisexuales o hermafroditas, solitarias o agrupadas en inflorescencias”. (Real Academia de la Lengua Española, RAE, parr.1). Según lo señalado por la RAE, las flores son elementos derivados de las plantas después de

su desarrollo. Esta floración, permite obtener como producto, flores con pétalos vistosos y decorativos.

Según la Universidad de Navarra (2022), las flores están compuestas de los siguientes elementos:

El cáliz está formado por sépalos, que cubren el resto de las partes de la flor hasta que se abre. La corola está formada por pétalos, que con frecuencia presentan colores vistosos para atraer a los insectos polinizadores, en el caso de muchas plantas entomógamas. El androceo está formado por los estambres, que en las anteras producen el polen. El gineceo está formado por uno o varios carpelos que pueden formar uno o varios pistilos. Cada uno de ellos suele constar de una zona ensanchada, donde se encuentran los óvulos, que se estrecha en el estilo, en cuyo extremo se encuentra el estigma, zona receptora de los granos de polen. (párr. 4).

Todas estas partes conforman la flor, casi todas las flores del mundo tienen los mismos elementos en su composición quizás algunas cambien de forma aspectos dependiendo el tipo de flor o planta que sea.

Arce, Temple y Vilcachagua (2018) indican que “La función principal de las flores es la generación de plantas, siendo las semillas el principal medio para que estas especies se perpetúen y propaguen en el tiempo” (p.14). Según lo señalado, las

flores cumplen la función de órganos reproductores, que muchas veces con la ayuda de insectos polinizadores, garantizan la preservación de su especie en el tiempo.

## **Flores artificiales**

Cuando se menciona el término artificial se refiere a “Hecho por mano o arte del hombre”. (RAE, 2020, parr.1). Según lo señalado por la RAE, por lo tanto, se puede elaborar de manera artificial muchas cosas con fines diferentes. Con esto podemos recalcar que las flores artificiales son la imitación física de una flor elaboradas de materiales como telas o papel con el fin de decorar ambientes donde no se puede tener una flor real por diversos motivos.

Pérez y Reyes (2010) en su investigación para su título mencionan que:

Las flores artificiales están hechas de papel, tela, cerámica, plástico planchado o foamy, aunque en la actualidad es más común que se fabriquen en tela por ser de mayor durabilidad. Cumplen la función de reemplazar a las flores naturales en sitios donde es difícil mantener a estas últimas en buen estado de conservación. También se las utiliza por razones prácticas y de comodidad. (p.16).

Las flores artificiales tienen popularidad porque su mantenimiento es menor a comparación de las flores naturales y a la vez estas suelen tener un costo bastante

accesible para las personas que desean decorar ambientes de hogar u oficina entre otros con la belleza visual de una flor.

Según Pérez y Reyes (2010) Con respecto a la producción “Los fabricantes más tempranos de flores artificiales eran los chinos. Los italianos siguieron el juego en el siglo XII. Pero los franceses se levantaron como expertos en este arte, dando la competición sostenida a sus contrapartes italianas”. (P.14). Según lo señalado esto demuestra que esta práctica de producción de flores artificiales viene desde muchos años atrás y que a medida que pasa el tiempo se ha venido perfeccionando a tal punto que ahora las flores artificiales gracias a sus buenos acabados a simple vista podríamos confundirlas con flores reales.

### **Vida útil de las flores**

Según De La Riva (2011) en una nota científica señala:

La senescencia de la flor se acelera cuando se separa de la planta, lo que determina que en pocos días la flor pierda su valor comercial. Se considera como longevidad de la flor el tiempo que ésta conserva sus cualidades decorativas, es decir, el tiempo que tardan en aparecer claros síntomas de marchitez. (p.1).

Por lo tanto, es preciso decir que el tiempo de vida de una flor se determina tomando en cuenta el día que esta fue cortada de la planta es allí donde la planta acelera su



ciclo de envejecimiento donde poco a poco se irán viendo signos como pérdida de color y caída de hojas entre otras características.

De La Riva (2011), citado por Saldívar (2017) indica que:

El proceso de senescencia está programado genéticamente y controlado por la hormona etileno. Debido a la importancia del etileno en la senescencia de las flores, se han realizado numerosos estudios utilizando inhibidores de las enzimas clave implicadas en la biosíntesis o en la acción de esta hormona. (párr. 4).

Es decir que existe un componente químico, que se encuentra dentro de la misma planta, cuando la flor es cortada y separada de su matriz principal que es la planta, se produce en mayor porcentaje y es esta la que acelera el proceso de vida de la flor, es cuando esta empieza a marchitarse.

### **3.2.2 Idea de negocio sostenible**

#### **Negocio sostenible**

Kiseleva (2017) define que:

El objetivo principal de cualquier empresa es tener la capacidad de generar riquezas que permitan retribuir a los accionistas y permanecer en el tiempo; para ello las organizaciones se dedican a la transformación, producción, venta o realización de algún servicio o producto que los pueda aproximar a dicha meta. (p.26)

El autor explica que todas las empresas tienen la total capacidad para poder lograr generar ingresos económicos, es por ello que se dedican a cierto rubro específico con el fin de lograr esta meta.

Por otro lado, Gassiy y Stoikov (2019) indican que:

Para la materialización de un producto o servicio se debe hacer uso de materiales que constituyan la transformación, o uso inmediato, de recursos naturales. Es ahí donde las necesidades ecológicas y económicas de una empresa colisionan con la dependencia humana por el cuidado ambiental.

Es importante considerar a los negocios sostenibles como empresas que generen utilidades, pero a la vez solucionen problemas que generan directamente impacto al medio ambiente.

Gladwin, Kennely, y Krause (1995) proponen una definición de desarrollo sostenible que incluye los principales componentes:

El desarrollo sostenible es un proceso para lograr el desarrollo humano, de forma incluyente, conexas, equitativa, prudente y segura. La inclusividad implica el desarrollo humano a lo largo del tiempo y espacio. La conectividad comporta la aceptación de la interdependencia ecológica, social y económica. La equidad sugiere la justicia entre generaciones, dentro de la misma generación y especies. La prudencia connota deberes de cuidado y prevención, a nivel tecnológico, científico y político. La seguridad exige

protección frente a amenazas que pueden perpetuarse y cambios radicales dañinos. (p.878)

Hoy en día sabemos que la mayor parte de empresas no cuentan con un propósito de ser consideradas como sostenibles. Se debe concientizar a las próximas empresas en empezar a contribuir el cuidado del medio ambiente, haciéndolas así que generen un entorno mucho más eficiente basándose en el impacto ambiental.

### **Producto sostenible**

Se entiende que el producto sostenible, se refiere al objeto que se creó con el fin de ser comercializado y que en su ciclo de creación se minimizo o se eliminó procesos no éticos con el medio ambiente.

Para Fantino (2021) se tiene que:

El diseño de un producto es una de las acciones fundamentales para incrementar la productividad en una compañía. Para hacerlo correctamente, en el desarrollo de un nuevo producto, se necesita conocer el público objetivo, analizar la competencia, tener una buena idea, llevarla a la práctica en tiempo y forma y con el menor coste asociado. (p.1)

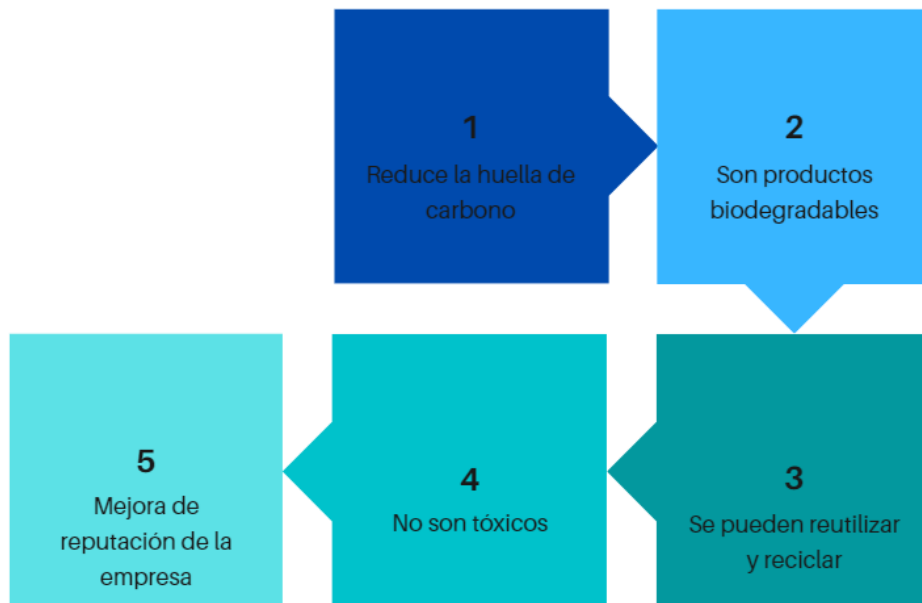
Según el autor se entiende que el diseño de los productos es fundamental en la productividad de una empresa. Para ello se debe realizar un estudio desde conocer a tu público objetivo hasta considerar los costos que estos nos tomarán para realizarlos.

Así mismo, para que el producto sea sostenible se debe tener en cuenta la utilización correcta de insumos para el resultado final. Según Farbiarz (2020):

Son muy importantes y necesarias las iniciativas centradas en la fase del final del ciclo productivo, la economía circular pretende concentrar los esfuerzos en el inicio de la cadena: en la fase de diseño para lograr la durabilidad del producto combatiendo la obsolescencia programada e impulsando la servitización, su reutilización, reforma, reciclado y reprocesamiento de los componentes. De este modo, la fase de final de ciclo irá requiriendo menos esfuerzos de gestión conforme la economía se vaya circulando. (p.19)

El utilizar productos sostenibles nos permitirá desarrollar estrategias para diferenciarnos de la competencia y tener mayor acogida en el mercado.

**Figura 1.** Beneficios de uso productos sostenibles



Fuente: B García-Prosper (2021). Elaboración propia

## **Reducción de desechos**

La reducción de desechos es la minimización de materia prima que se rechaza dentro de un proceso de producción y un mejor aprovechamiento de los mismos.

Ante ello, Peláez & Hernández (2013), indican que:

La propuesta educativa se implementó en una institución de educación secundaria de la ciudad de Bahía Blanca. Se trabajó en la asignatura Físicoquímica con estudiantes de tercer año, con el objetivo de generar espacios de reflexión tendientes a la prevención de la contaminación ambiental y concientizar en la implementación de la regla de las 3R de los residuos domiciliarios; conocida también como "las tres erres de la ecología" o simplemente "3R": Reducir, Reutilizar y Reciclar. (p.1)

Por lo cual ayudará a concientizar a las personas y poner en práctica diferentes formas y acciones que permitirá optar hábitos positivos que busquen minimizar la acumulación de residuos y/o desechos en pro del cuidado del medio ambiente. Según la Guía de manejo de Residuos sólidos municipales de la Minan (2003) muestra que:

Los residuos sólidos son productos de la relación del hombre con su medio, por lo que su mejor definición es: "Todo material descartado por la actividad humana, que no teniendo utilidad inmediata se transforma en indeseable" (p.5). Es así que a mayor cantidad de residuos generados por el ser humano mayor será la

contaminación, por lo tanto, la calidad de vida de los mismos es drásticamente perjudicada.

### **La cultura de las 3Rs**

La cultura de las 3Rs, puede considerarse como una forma de aplicación de este concepto que apareció luego de la cumbre de la G8 con la finalidad de normar y regular el proceso de utilización y desechos de materiales. Méndez, M. T., Heinsen, V., Mirabal, M. (2015). explican que:

Se originó en Japón y durante la Cumbre del G8 (reunión de países industrializados) en junio de 2004, el primer ministro del Japón, Koizumi Junichiro, presentó una iniciativa para construir una sociedad orientada hacia el reciclaje. A partir de esta asamblea se definió La Regla de las 3Rs, que consiste en el establecimiento de hábitos de consumo responsable. (p.30)

En definitiva, hace referencia a métodos sustentables en el manejo de residuos, así como fuente de incentivo para desarrollar una rutina armoniosa con nuestro planeta y que el comportamiento ante el consumo sea consciente y responsable.

Se puede considerar entonces que “la Regla de las tres R surge como necesidad de cuidar el planeta a raíz de una serie de cambios que se han ido produciendo y agravando sobre todo en los últimos años”. (Rodríguez & Collado, 2020, p.1) Es de suma importancia tener conocimiento y a su vez conciencia del gran beneficio que

trae consigo la regla de las 3Rs ya que busca mitigar el desequilibrio del efecto invernadero, así como garantizar la protección de los ecosistemas y la sustentabilidad de nuestro hábitat.

Peláez & Hernández (2013) en la metodología desarrollada muestran que:

A través de la metodología sugerida se buscó lograr una instrucción significativa tendiente a generar un cambio de actitud y concientización respecto a la Educación Ambiental, de manera de alcanzar un equilibrio entre progreso y cuidado del medioambiente, generando agentes multiplicadores que sensibilicen a su comunidad en acciones a favor del cuidado y protección a la naturaleza. (p.1)

Dicha metodología conduce a desarrollar mejores hábitos en el día a día que a la larga genera un gran impacto positivo a favor de la protección del planeta. █

## **Reducir**

Según la Guía de Residuos Sólidos Municipales del Ministerio del Ambiente (MINAM, 2003) señala que:

La práctica de la reducción, también conocida como minimización, es más efectiva cuando se adopta como política de gobierno y se prohíbe la introducción o fabricación de envases no retornables o la reglamentación de los embalajes y envasados de productos. (p.19)

Por lo tanto, se refiere a evitar la utilización del plástico y envases innecesarios a cambio del uso de bolsas de tela o de material reutilizable con el afán de evitar la acumulación de plásticos en los hogares, así mismo la acción de ahorrar en el consumo de los recursos naturales como la luz, el agua entre otros son acciones que suman y aportan a este tipo de metodologías.

Toalombo (2012) indica que:

La Organización Panamericana de la Salud (OMS) reporta que en la región de América Latina habitan en los centros alrededor de 350 millones de personas, quienes generan unas 275000 toneladas de basura diariamente, de las cuales solo se recolecta un promedio de 70% y solo el 35% posee rellenos sanitarios. (p.8)

El autor indica que la OMS ha calculado que basados en las toneladas de basura que se genera diariamente en América Latina, el promedio del cual solo se recolectan es de un 70% haciéndolo así un tema del cual es preocupante para Latinoamérica.

### **Reutilizar**

La Guía de Residuos Sólidos Municipales del MINAM (2003) refiere que:

El reúso se aplica cuando se usa un elemento para el mismo fin con que fue concebido, más allá de su vida útil, por ejemplo, reusar papel en las oficinas o escuelas, rellenar los cartuchos de tinta en lugar de desecharlos, etc. (p.19). Se entiende que es el volver a utilizar un bien o producto y por lo tanto alargar la vida



útil de los objetos, en muchos casos se puede dar un uso distinto al que originalmente fue creado con el fin de reducir la acumulación de desechos y por ende la contaminación del medio ambiente.

Así también, Sarmiento (2014) refiere que:

Una de las causas de la elevada cantidad de desechos es la no reutilización de estos, ya sea por la poca práctica del reciclaje o la falta de iniciativa productiva en base a esta materia prima que puede ser transformada desde lo inservible a lo utilizable. (p.5)

El poco cuidado y la falta de conciencia que se tiene al favor del medio ambiente hace que no tomemos en cuenta las consecuencias que trae el no reutilizar un objeto, afectando directamente en la acumulación de residuos, así como la calidad del suelo se ve afectada y existe un ligero aumento de los gases de efecto invernadero.

### **Reciclar**

El proyecto RRRreciclaArtes, permite la aplicación de la metodología de las 3Rs, pues convierte en un arte el proceso de reducir, reutilizar y reciclar. Es una propuesta de mejoramiento ambiental, a partir del fomento de la creatividad donde Pinzon (2019) refiere:

Los seres humanos deberían aprender a coexistir en un escenario más natural y menos artificial, que se ha restablecido bajo una política de desarrollo sustentable, un ecosistema en equilibrio fundamentado en una

premisa fundamental, vive en armonía contigo y los demás, siendo parte de la naturaleza. (p.18)

La mayor consecuencia de la contaminación es el consumo indiscriminado del ser humano al obtener productos que en muchos casos innecesariamente son adquiridos y con el paso del tiempo se convierten en una bomba de tiempo para la salud. El tratamiento no adecuado de los residuos afecta directamente en la contaminación del medio ambiente, así como en la salud de los habitantes tal como indica Saldo (2012):

La mayoría de los residuos del distrito, así como ocurre en gran parte de los centros urbanos de los países en desarrollo, son compactados y se disponen en rellenos sanitarios de manera indiscriminada. Esto, como se mencionó, genera un impacto ambiental negativo sustantivo (en términos de contaminación) y, a su vez, implica la sobre extracción de nuevos recursos naturales para la fabricación de bienes. (p. 41)

El consumismo es un gran problema que acarrea en el mundo entero y sobre todo en las grandes ciudades donde las personas realizan de forma permanente compras innumerables desde alimentos, vestuario y accesorios para el hogar reemplazando rápidamente los ya obtenidos anteriormente sin detenerse un momento para pensar en el destino de dichos objetos y el gran daño ambiental que provoca al ser desechados.

### **3.3 Definición de términos básicos**

#### **ECOAMIGABLE**

Un producto eco amigable es aquel que durante el proceso de fabricación se han seguido debidos procedimientos para poder disminuir el impacto sobre el medio ambiente y sobre los seres vivos del mismo que habitan en el mundo, ya sea utilizando material reciclado, produciendo residuos que no impacten en el medio ambiente. Además, muchas veces pueden ser reciclables y biodegradables.

#### **ECOSOSTENIBLE**

Es adoptar medidas que minimicen el impacto ambiental donde los habitantes de la tierra y su entorno que nos brinda recursos podemos coexistir.

#### **PRESERVACIÓN**

Es la protección que se le asigna a algo o alguien para mantener su estado y no se dañe con el pasar del tiempo y por ende tenga mayor duración.

#### **INNOVACIÓN**

Se refiere a la generación de nuevas ideas, así como al desarrollo de nuevos productos y servicios por medio de la aplicación de procesos, con el fin de mejorarlos y generar un mayor valor para la satisfacción de diferentes necesidades de forma exitosa y teniendo como soporte la sustentabilidad y sostenibilidad del mismo.

## **CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES**

### **4.1 Formulación de Hipótesis principales y derivadas**

#### **4.1.1 Hipótesis principal**

Los arreglos florales con flores secas y preservadas influyen en un negocio sostenible para Lima Metropolitana, 2023

#### **4.1.2 Hipótesis derivadas**

Los arreglos de flores secas y preservadas influyen en el impacto ambiental de Lima Metropolitana, 2023

### **4.2 Operacionalización de variables**

#### **Variable 1: Negocio sostenible**

La variable negocio sostenible se encargará de mostrar características que permitan saber la importancia de esta variable dentro del negocio, así como también saber la percepción que tienen las personas sobre el negocio sostenible.

Conceptualmente una idea de negocio consiste en brindar un producto o servicio a un público objetivo, dándole un valor agregado.

Operacionalmente está conformada por dos dimensiones:

- Política ambiental
- Sostenibilidad empresarial

## **Variable 2: VIDA ÚTIL DE LAS FLORES SECAS Y PRESERVADAS**

La variable de la vida útil de las flores secas y preservadas nos permitirá comprobar que las personas aceptan la adquisición de dichos arreglos florales considerando que este tiene un impacto en el medio ambiente.

Está conformada por tres dimensiones:

- Impacto ambiental
- Durabilidad del producto
- Economía de consumidores

## **CAPITULO V: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

### **5.1 Diseño metodológico**

#### **Enfoque cuantitativo**

Ya que se obtendrá información estadística por medio de encuestas lo cual será útil para obtener mejores resultados, a su vez las fortalezas de la misma pueden ayudar a obtener datos relevantes y/u objetivos de la muestra seleccionada.

#### **Diseño:**

Será descriptiva ya que este tipo de investigación proporciona una comprensión más precisa del tema por ejemplo el comportamiento del mercado, así como también a poder entender mejor las preferencias de las personas y las motivaciones que los llevan a consumir estos productos. También nos dará una idea de la frecuencia de compra de los consumidores.

#### **Nivel:**

En el presente trabajo se realiza la aplicación de un plan de negocio donde busca medir la percepción o aceptación de un producto específico, en el cual se aplicará una hipótesis donde se propone un negocio sostenible en base a flores secas y preservadas.

#### **Tipo de Investigación:**

Aplicada, ya que por medio de esta idea de negocio se propone minimizar desechos en base a flores naturales y a su vez aportará una solución en pro del cuidado del medio ambiente.

## **5.2 Diseño muestral**

El presente estudio, se centra en una muestra aleatoria, por conveniencia de las investigadoras debido a que se trata de una población extensa. Además, se considera a los habitantes residentes de nivel socioeconómico A y B de Lima Metropolitana. Se aplicó a un grupo de personas de la ciudad de Lima.

## **5.3 Población**

Para el trabajo se ha elegido la población de Lima Metropolitana, considerando que serán clientes potenciales de la idea de negocio.

## **5.4 Muestra**

Fue definida a conveniencia de los investigadores seleccionar 124 personas con las siguientes características:

- Personas que residan en el distrito de Lima
- Personas que compren arreglos florales como un presente
- Mujeres y varones entre 20 a 60 años de edad

## **5.5 Técnica de recolección de datos**

De acuerdo al enfoque cuantitativo, la técnica utilizada es la encuesta y la herramienta es el cuestionario, el cual está conformado por 20 preguntas cerradas que proporcionan información de las dos variables intervinientes y recopilan la opinión de la muestra seleccionada como soporte para el desarrollo de la idea de negocio.

## **5.6 Técnicas estadísticas de procedimiento de información**

Luego del recojo de información a través del cuestionario diseñado a escala de medición ordinal, se procesaron los datos recopilados en las a través del software

Excel. de Microsoft. Finalmente, se trasladó la información procesada para poder realizar la interpretación de los resultados mediante el análisis descriptivo.

## 5.7 Resultados

### 5.7.1 Análisis descriptivo

Tabla n° 1:

Programa ambiental propio

Resultados	Encuestados	%
a veces	42	33.87%
casi nunca	11	8.87%
casi siempre	36	29.8%
nunca	12	9.1%
siempre	23	18.55%
Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*

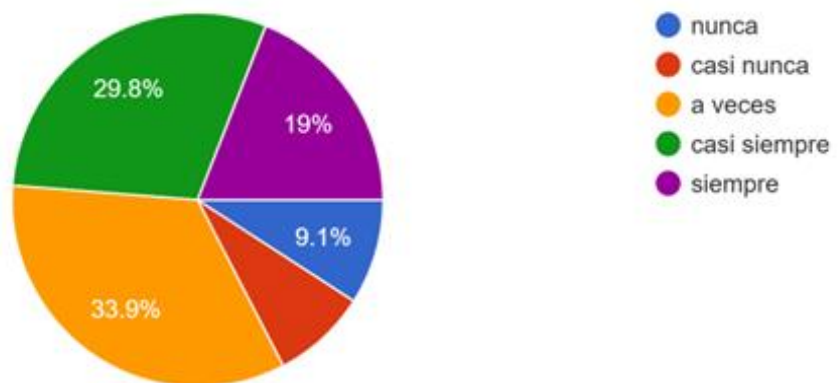


Figura n° 2: Programa ambiental propio



*Nota: El gráfico muestra si influye en los encuestados que la florería cuente con un programa ambiental propio.*

Según se muestra en la Figura 2, se visualiza si en los encuestados influye en su compra que una florería cuente con un programa ambiental propio, el cual un 18.55% indicó que “siempre” influye en su decisión, un 29.8% indicó que “casi siempre”, y “a veces” un 33.87%. Lo cual se puede deducir que, la mayor parte de los encuestados toma en cuenta que la empresa se preocupe por contar con un programa ambiental propio a favor del medio ambiente.

Tabla n° 2

Cuidado del medio ambiente

<b>Resultados</b>	<b>Encuestados</b>	<b>%</b>
a veces	18	14.52%
casi nunca	7	5.65%
casi siempre	30	24.8%
nunca	1	0.81%
siempre	68	54.5%
Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia.*

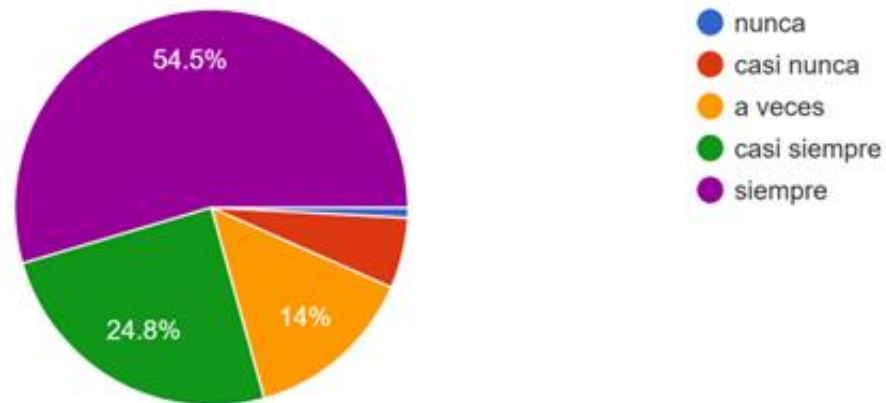


Figura n° 3: Cuidado del medio ambiente

*Nota: El gráfico muestra si influye que la florería indique al cliente que promueven el cuidado del medio ambiente.*

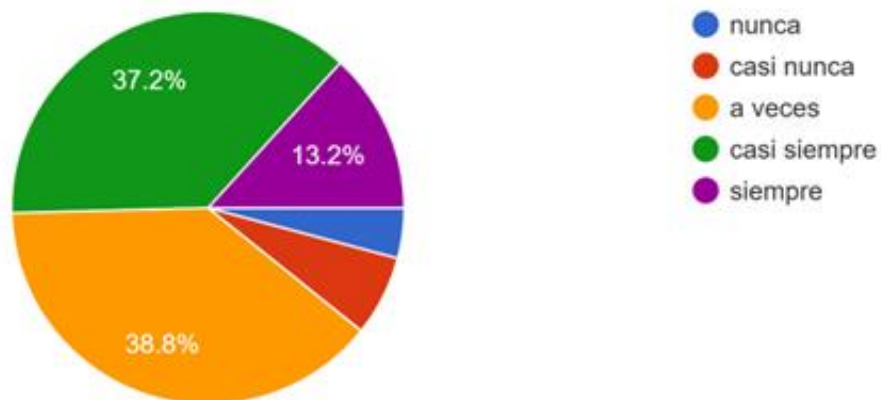
Según se muestra en la Figura 3, se visualiza que tanto influye en los clientes que la florería les indique que promueven el cuidado del medio ambiente, lo cual un 54.5% indica que “siempre”, y un 24.8% indica “casi siempre”. Se puede interpretar que la mayor parte de los clientes influye en su compra que la florería indique que tiene conciencia ambiental. Estos resultados se relacionan con lo que indica Glaser & Strauss (2017) en el cual indican que los emprendimientos (y puntualmente aquellos que generan un impacto positivo a la sociedad) con motivaciones, repercusiones sociales y diversas expectativas desde los diferentes actores del ecosistema. Favorece el desarrollo de respuestas positivas al consumidor.

Tabla n°3:

Impacto ambiental en la decisión final de la compra

Resultados	Encuestados	%
a veces	47	38.80%
casi nunca	8	5.96%
casi siempre	47	37.20%
nunca	6	4.84%
siempre	16	13.20%
Total	124	100.00%

Nota: Elaboración propia



**Figura n° 4:** Impacto ambiental en la decisión final de compra

Nota: El gráfico muestra si influye el impacto ambiental en la decisión final de la compra

Según se muestra en la Figura 4, un 13.2% indican que “siempre” influye en su decisión final de compra que el producto adquirido cuente con un impacto

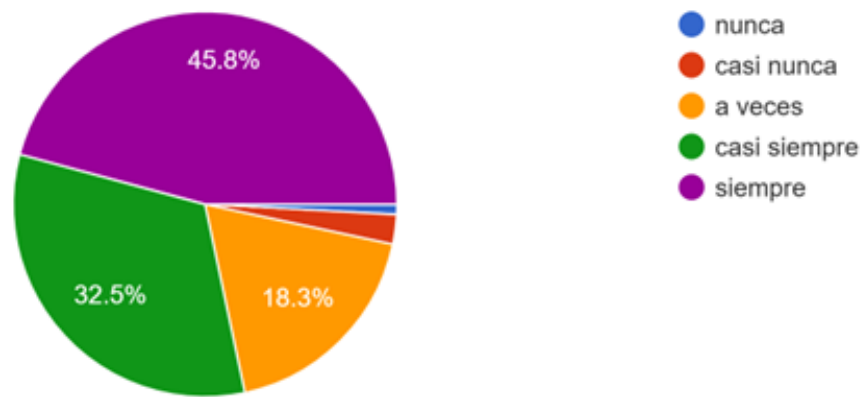
ambiental, un 37.2% indica “casi siempre”, y un 38.8% indica “a veces”, por lo que se puede deducir que, en la mayoría de los encuestados, existe un impacto alto en la decisión de su compra final al momento de adquirir un producto con el fin que aporte al cuidado del medio ambiente.

Tabla n° 4

Plan de Responsabilidad social y ambiental

<b>Resultados</b>	<b>Encuestados</b>	<b>%</b>
a veces	22	18.3%
casi nunca	3	2.44%
casi siempre	40	32.52%
nunca	2	0.81%
siempre	57	45.8%
Grand Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*



**Figura n° 5:** Plan de Responsabilidad social y ambiental

*Nota: El gráfico muestra si influye que la florería cuente con un plan de Responsabilidad social y ambiental*

Según se muestra en la Figura 5, se visualiza si influye en la decisión de compra del consumidor, si la florería cuenta con un plan de responsabilidad social y ambiental, donde el 45.8% indica “siempre”, el 32.5% indica “casi siempre” y el 18.3% a veces. Se puede deducir que la mayoría de las personas encuestadas, considera que la florería debería de contar con un plan social y ambiental convirtiéndolo en un valor de interés al momento de la compra.

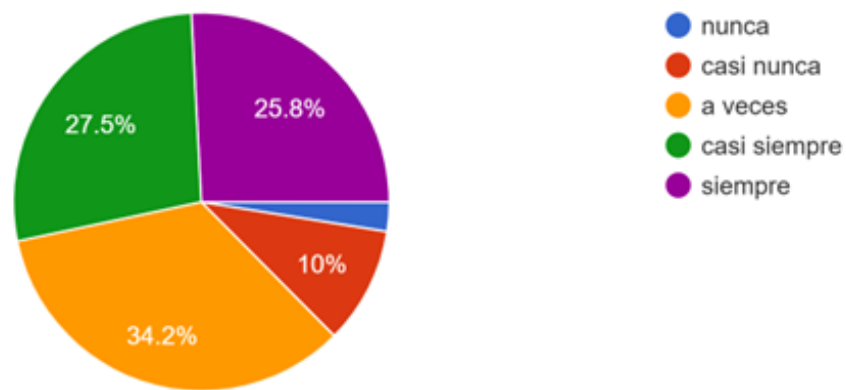
Tabla°5:

Responsabilidad social en su entorno

Resultados	Encuestados	%
a veces	42	34.20%
casi nunca	12	9.76%
casi siempre	34	27.54%

nunca	5	3.20%
siempre	31	25.80%
Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*



**Figura n° 6:** Responsabilidad Social en su entorno

*Nota: El gráfico muestra si influye que la florería cumpla con responsabilidad social en su entorno*

Según se muestra en la Figura 5, de los 123 encuestados se puede observar que tanto influye en los clientes que la florería cumpla con responsabilidad social en su entorno. Por lo que el 25.8% indicó “siempre”, el 27.5% indicó “casi siempre”. Esto corresponde a que el público objetivo tiene en cuenta que tanto la florería colabora con la comunidad y el entorno.

Tabla n° 6

Procesos de producción sostenibles

Resultados	Encuestados	%
a veces	26	22.02%
casi nunca	11	8.1%
casi siempre	33	27.6%
nunca	5	2.48%
siempre	49	39.8%
Total	124	121

*Nota: Elaboración propia*

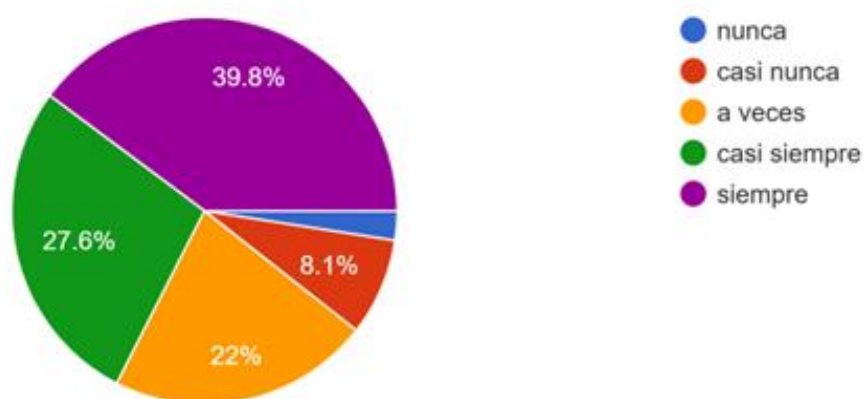


Figura n° 7: Procesos de producción sostenibles

*Nota: El gráfico muestra si es importante para los clientes que los procesos de producción sean sostenibles*

Según se muestra en la Figura 7, un 39.8% indica que “siempre” la florería debe indicar a sus clientes que los procesos de producción son sostenibles, mientras que el 2.48% indicó que “nunca”. Por lo que se puede deducir que la mayoría de los encuestados considera importante y a la vez muestra interés con respecto a los procesos de producción con el fin de colaborar con la problemática ambiental.

Tabla n° 7

Proceso de Producción

<b>Resultados</b>	<b>Encuestados</b>	<b>%</b>
a veces	34	28.42%
casi nunca	8	5.04%
casi siempre	33	27.58%
nunca	5	3.36%
siempre	44	35.29%
Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*



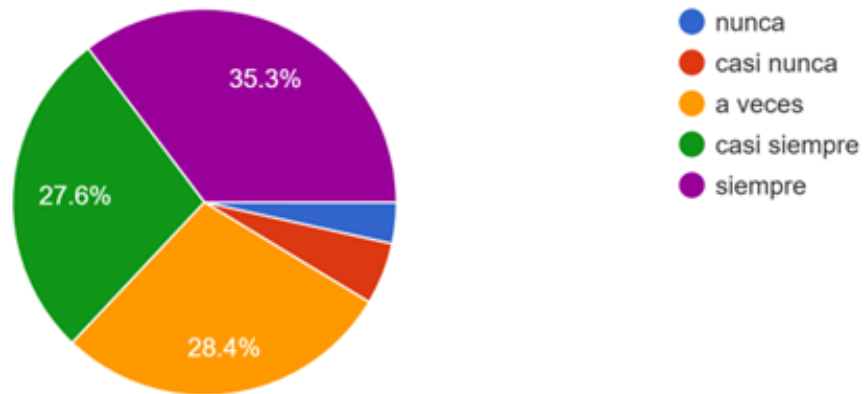


Figura n° 8: Proceso de Producción

*Nota: El gráfico muestra si influye que la florería sustente su proceso de producción*

Según se muestra en la Figura 8, se visualiza en el gráfico que el 35.3% indica que “siempre” la florería debería sustentar su proceso de producción, mientras que un 3.36% indicó “nunca”. Se puede deducir, que, en la mayoría de las personas encuestadas, influye en su compra si una florería indica el proceso de producción. Bajo esta perspectiva, se deberá sustentar la producción a los consumidores.

Tabla 8:

Productos eco amigables

Resultados	Encuestados	%
a veces	38	30.80%
casi nunca	5	3.46%
casi siempre	60	48.30%
nunca	3	2.44%

siempre	18	15%
Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*

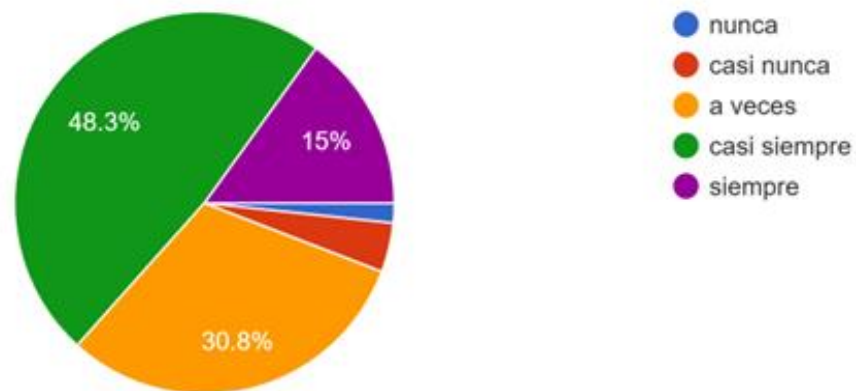


Figura n° 9: Productos eco amigables

*Nota: El gráfico muestra con qué frecuencia las personas eligen productos eco amigables*

Según se muestra en la Figura 9, las encuestas indican que el 48.3% “casi siempre” escoge productos que son eco amigables mientras que el 30.8% menciona “a veces” eligen productos eco amigables.

Esto evidencia que, en su mayoría, los encuestados, revisa los productos y verifica que sean amigables con el medio ambiente antes de realizar su compra, este cambio se da ya que muchos actualmente son conscientes del daño al medio ambiente y responden con este comportamiento.

Tabla n°9

Selección de productos

Resultados	Encuestados	%
a veces	23	18.34%
casi nunca	1	0.97%
casi siempre	44	35.82%
nunca	2	1.53%
siempre	54	43.34%
Grand Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*

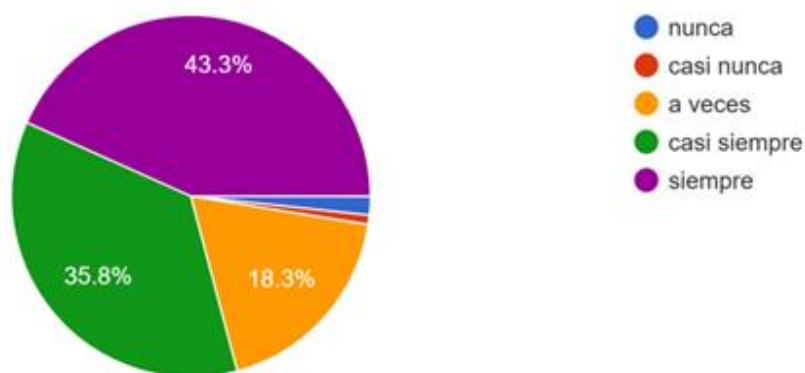


Figura n° 10: Selección de productos

*Nota: El gráfico muestra la importancia de seleccionar mejor los productos.*

Según se muestra en la Figura 10, muestra que el 43.3% de encuestados considera que una florería “siempre” debe seleccionar mejor sus productos mientras que el 35.8% responde que “casi siempre”.

Esto significa que los encuestados toman con suma importancia el tener siempre productos de calidad y más siendo flores donde su belleza es impredecible y donde rápidamente se puede notar su estado al observarlas.

Tabla n° 10

Productos ecológicos

<b>Resultados</b>	<b>Encuestados</b>	<b>%</b>
a veces	13	9.94%
casi nunca	3	2.42%
casi siempre	45	36.43%
siempre	63	51.21%
Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*

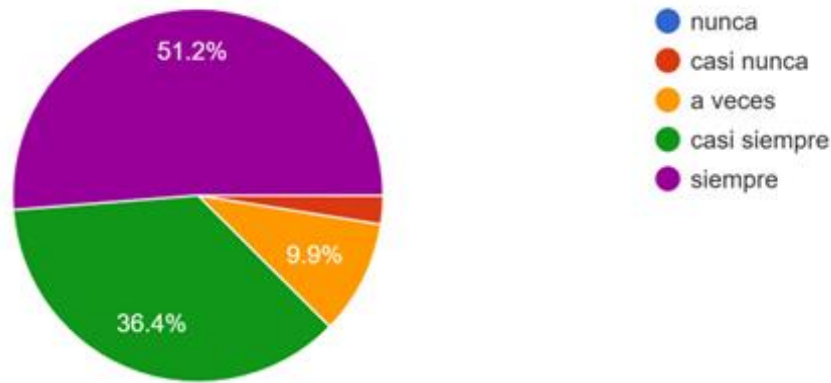


Figura n° 11: Productos ecológicos

*Nota: El gráfico muestra si las florerías deben utilizar productos ecológicos*

Según se muestra en la Figura 10, muestra que el 51.2% de encuestados responde que las florerías “siempre” deben utilizar productos ecológicos a su vez el 36.4% considera que “casi siempre” deben utilizar productos ecológicos.

Esto evidencia que los encuestados consideran importante que una florería sea ecológica y sea coherente con los productos que ofrecen puesto que hoy en día influye mucho en las personas la experiencia brindan las empresas al ofrecer un producto o servicio.

Tabla n° 11

Desechos florales

Resultados	Encuestados	%
a veces	33	26.85%
casi nunca	34	26.85%
casi siempre	21	16.83%
nunca	18	15.13%
siempre	18	14.34%
Grand Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*

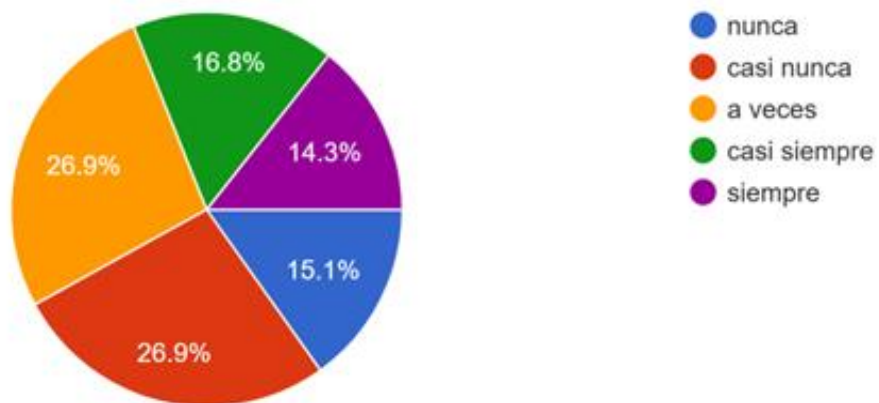


Figura n° 12: Desechos florales

*Nota: El gráfico muestra si las personas son conscientes donde acaban los desechos florales*

Según se muestra en la Figura 12, muestra que un 26.9% de encuestados “casi nunca” es consciente de dónde acaban los desechos florales mientras que el otro 26.9% “a veces” es consciente de dónde terminan los desechos florales.

Se evidencia que de los encuestados gran parte no es consciente de dónde terminan los desechos florales, en nuestro país no tenemos la cultura de reciclaje y tampoco sabemos cómo desechar material orgánico.

Tabla n°12

Liofilización de una flor

<b>Resultados</b>	<b>Encuestados</b>	<b>%</b>
<b>a veces</b>	<b>22</b>	<b>17.49%</b>
<b>casi nunca</b>	<b>23</b>	<b>19.24%</b>
<b>casi siempre</b>	<b>5</b>	<b>3.59%</b>
<b>nunca</b>	<b>6</b>	<b>50.44%</b>
<b>siempre</b>	<b>11</b>	<b>9.24%</b>
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Elaboración propia*

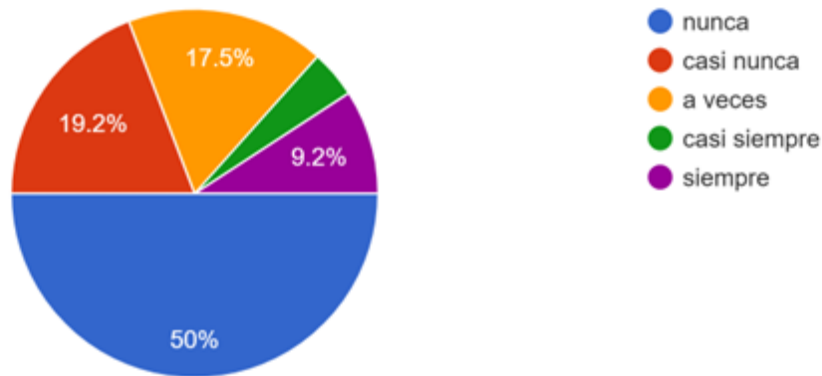


Figura n° 13: Liofilización de una flor

*Nota: El gráfico muestra si las personas tienen conocimiento de la liofilización de una flor*

Según se muestra en la Figura 13, muestra que el 50% de encuestados “nunca” ha escuchado sobre el proceso de liofilización de una flor y el 9.2% responde que “siempre” ha escuchado sobre dicho proceso.

Se muestra que los encuestados en su mayoría desconocen el término liofilización puesto que no es una práctica común en las florerías nacionales pues en su mayoría son flores frescas lo que ofrecen con poco tiempo de ser cortadas.

Tabla n°13

Proceso de secado de una flor

Resultados	Encuestados	%
a veces	44	35.84%
casi nunca	18	15.44%
casi siempre	13	10.84%
nunca	31	23.34%



<b>siempre</b>	<b>18</b>	<b>15.44%</b>
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Elaboración propia*

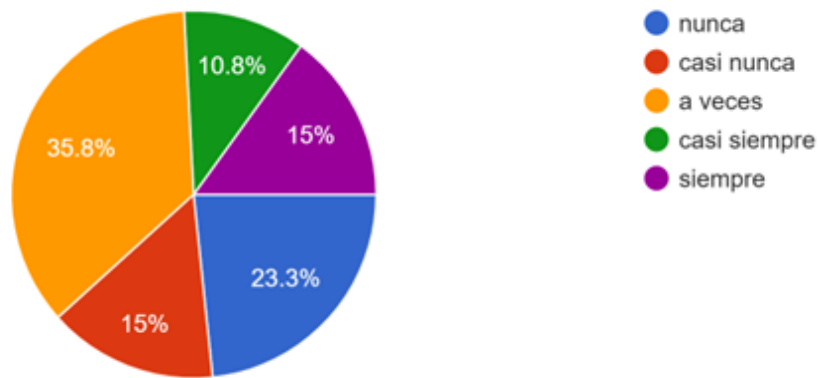


Figura n° 14: Proceso de secado de una flor

*Nota: El gráfico muestra si las personas tienen conocimiento del secado de la flor*

Según se muestra en la Figura 14, muestra que el 35.8% de encuestados “a veces” escuchó sobre el proceso de secado de una flor mientras que el 23.3% “nunca” ha escuchado sobre dicho proceso.

Se evidencia que los encuestados en su mayoría conoce o tiene noción sobre el proceso de secado a una flor, alguna vez en su propia experiencia han podido observar como una flor o arreglo floral se va secando con el pasar de los días con solo privarlo del agua.

Tabla n° 14

Gasto promedio al comprar un obsequio

Resultados	Encuestados	%
a veces	46	37.10%
casi nunca	18	14.52%
casi siempre	30	24.19%
nunca	5	4.03%
siempre	25	20.16%
Grand Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*

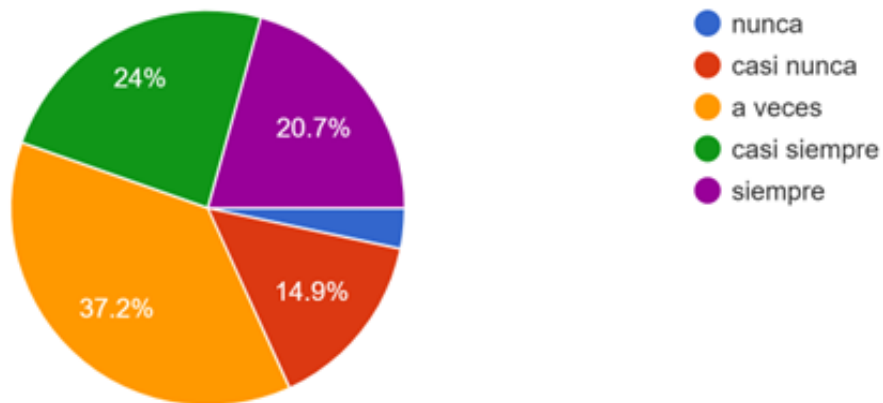


Figura n° 15: Gasto promedio al comprar un obsequio

*Nota: El gráfico muestra si las personas tienen el gasto promedio en obsequios*

Según se muestra en la Figura 14, muestra que el 37.2% de encuestados “a veces” tiene conocimiento de su gasto promedio al comprar obsequios mientras que el 24% responde que “casi siempre” tiene conocimiento del gasto en obsequios.

Se muestra que los encuestados suelen estar pendiente de sus gastos promedios al comprar obsequios, esto porque últimamente el país se muestra con conflictos sociales donde el precio de los productos está fluctuante por lo tanto las personas ahora priorizan al momento de gastar.

Tabla n° 15

Arreglos en base a flores secas flores y preservadas

<b>Resultados</b>	<b>Encuestados</b>	<b>%</b>
a veces	43	34.2%
casi nunca	8	6.50%
casi siempre	40	32.5%
nunca	4	3.25%
siempre	29	23.55%
Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*

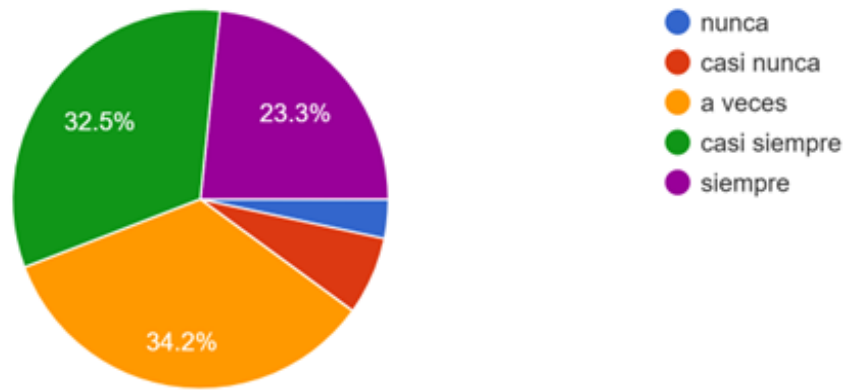


Figura n° 16: Arreglos en base a flores secas flores y preservadas

*Nota: El gráfico muestra si las personas están dispuestas a adquirir arreglos en base a flores secas y preservadas*

Según se muestra en la Figura 16, muestra que el 34.2% están dispuestas a adquirir dichos arreglos de flores, mientras que el 3.25% dice que nunca comprarían arreglos con flores secas y preservadas.

De acuerdo a la evidencia observamos que un gran porcentaje tiene apertura a consumir productos en base a flores secas preservadas entendiendo que dichos arreglos son innovadores y de calidad, lo cual nos permite entender que tendríamos una buena aceptación.

Tabla n° 16

Arreglos florales con mayor durabilidad

Resultados	Encuestados	%
a veces	26	20.7%
casi nunca	5	4.18%
casi siempre	39	31.4%
nunca	3	2.42%
siempre	51	41.3%
Grand Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*

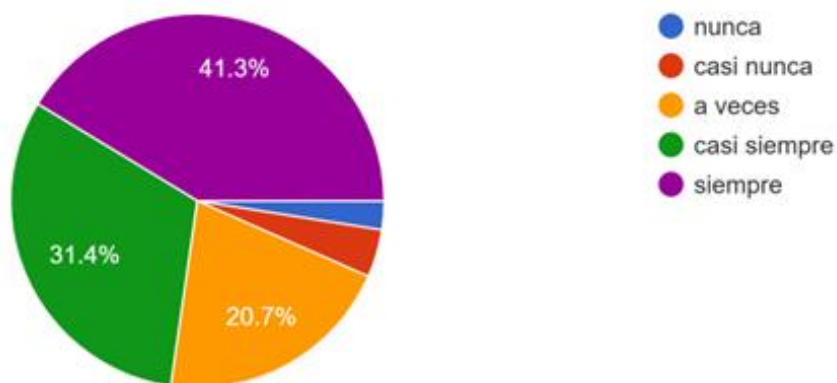


Figura n° 17: Arreglos florales con mayor durabilidad

*Nota: El gráfico muestra si las personas están dispuestas a adquirir arreglos de mayor durabilidad*

Según se muestra en la Figura 16, muestra que el 41.3% de las personas encuestadas prefieren adquirir un arreglo floral con mayor durabilidad mientras que el 2.42% no les es importante la duración del arreglo.

Esto evidencia que los consumidores tienden a buscar adquirir productos que tengan mayor vida útil, lo cual los lleva a ser más selectivos y por lo tanto se convierte en una oportunidad lo cual permitirá ingresar al mercado y la sustentabilidad de este modelo de negocio.

Tabla n° 17

Frecuencia de adquisición de arreglos florales

<b>Resultados</b>	<b>Encuestados</b>	<b>%</b>
a veces	62	49.2%
casi nunca	30	25%
casi siempre	22	18.3%
nunca	4	3.25%
siempre	6	4.25%
Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*

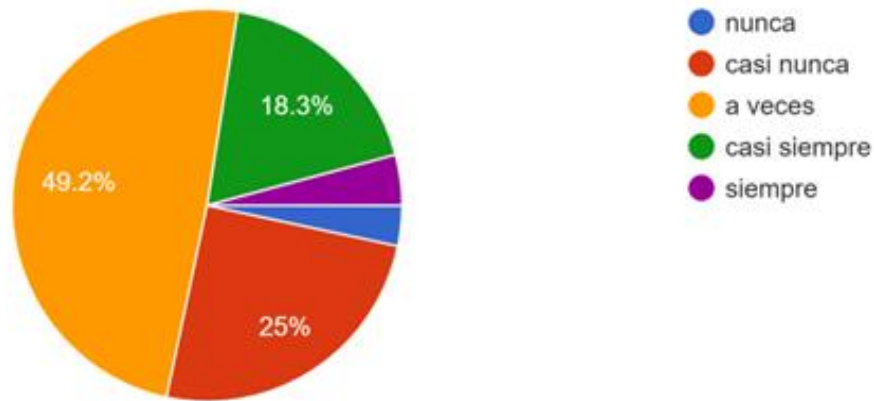


Figura n° 18: Frecuencia de adquisición de arreglos florales

*Nota: El gráfico muestra con qué frecuencia las personas adquieren arreglos florales*

Según se muestra en la Figura 18, muestra que el 49.2% de encuestados a veces adquieren arreglos florales mientras que el 3.25% nunca tienen como opción el adquirir un arreglo de flores.

De acuerdo a la evidencia, se observa que los consumidores tienen como costumbre normalmente comprar arreglos florales para diferentes ocasiones, sin embargo, cuanto más innovador sea el producto será un valor agregado que los lleve a preferirlos y porque no llegar a ser el número uno.

Tabla n° 18

Monto al adquirir un arreglo floral

Resultados	Encuestados	%
a veces	66	52.9%
casi nunca	9	7.26%
casi siempre	29	24%
nunca	6	5.14%
siempre	14	10.7%
Total	124	100.00%

Nota: Elaboración propia

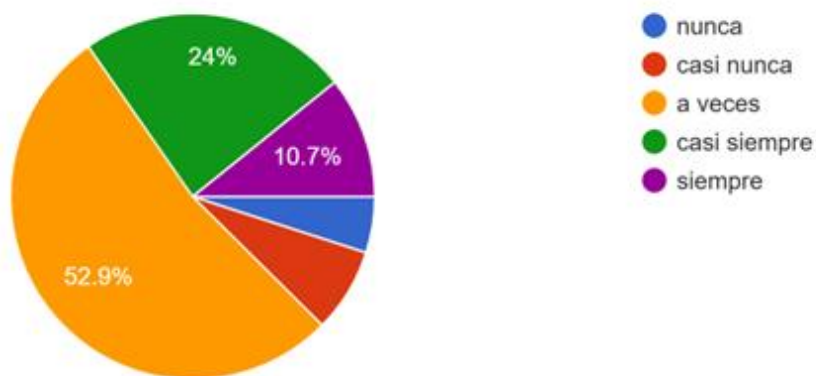


Figura n° 19: Monto al adquirir un arreglo floral

Nota: El gráfico muestra si las personas suelen limitar el monto al adquirir un arreglo floral



Según se muestra en la Figura 19, muestra que el 52.9% a veces limitan el monto al adquirir un arreglo de flores, sin embargo, el 5.14% nunca limitan el monto de lo comprado en arreglos florales.

Se evidencia que las personas encuestadas no necesariamente tienen un límite al elegir un obsequio en base a flores, lo cual es bastante interesante ya que permitirá poder brindar un abanico de opciones para que el cliente pueda elegir sin que el precio sea un limitante al momento de tomar la decisión final de compra.

Tabla n° 19

Porcentaje de consumo

<b>Resultados</b>	<b>Encuestados</b>	<b>%</b>
a veces	57	45.5%
casi nunca	39	32.2%
casi siempre	9	7.26%
nunca	15	11.6%
siempre	4	3.44%
Grand Total	124	100.00%

*Nota: Elaboración propia*

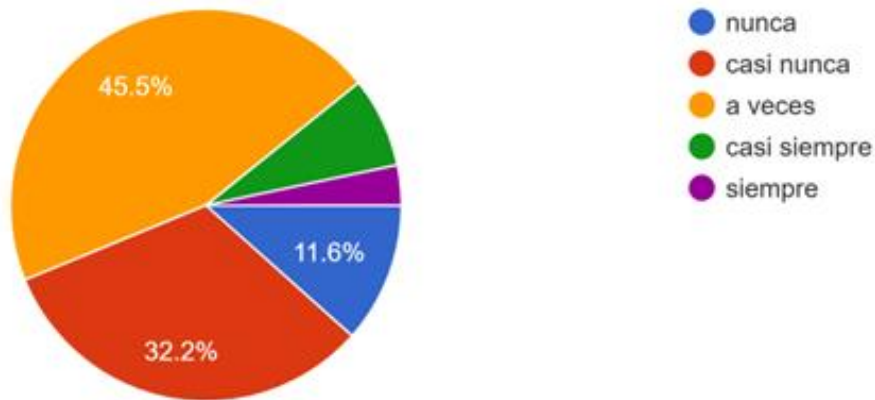


Figura n° 20: Porcentaje de consumo

*Nota: El gráfico muestra el porcentaje de consumo en arreglos florales*

Según se muestra en la Figura 20, muestra que el 45.5% podrían tener como opción destinar un porcentaje de sus ingresos mensuales en consumo de arreglos florales. Es así que se puede evidenciar que las personas muestran apertura al consumo de arreglos florales de forma cotidiana, incluyendo los en sus gastos mensuales.

Tabla n°20

Precios y presentaciones en la web

Resultados	Encuestados	%
a veces	49	39.7%
casi nunca	15	11.5%
casi siempre	37	30.6%
nunca	11	8.3%
siempre	12	9.9%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100.00%</b>

*Nota: Elaboración propia*

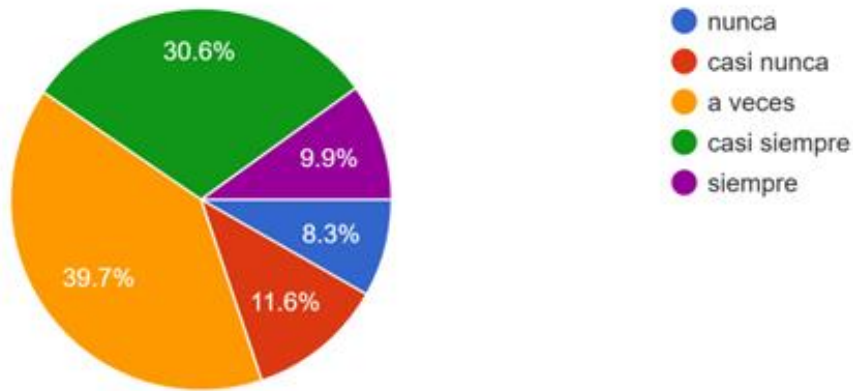


Figura N° 21: Precios y presentaciones en la web

*Nota: El gráfico muestra si suelen buscar el precio y presentaciones por la web*

Según se muestra en la Figura 21, muestra que el 30.6% casi siempre utiliza la web para buscar información de precios y opciones en arreglos florales, así como el 39.7% a veces recurre a realizar dichas búsquedas por internet.

Esto evidencia que gran parte de los consumidores tienen como primera opción el internet o redes sociales como fuente de información para elegir el consumo de arreglos florales y realizar alguna compra de dichos productos, hecho que nos beneficia ya que al contar con una tienda virtual nos permitirá estar al alcance de los consumidores.

## 5.7.2 Análisis ligados a la hipótesis

### Respecto a la Hipótesis General

**Hipótesis General:** Los arreglos con flores secas y preservadas influyen en el negocio sostenible para Lima Metropolitana, 2023.

Se valida esta hipótesis porque de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta podemos observar que el grupo de estudio de la presente investigación (89.4%), consideran que es importante que los procesos de producción sean sostenibles.

Sumado a esto se añade según los participantes de la encuesta (93.3%), la florería debe indicar que promueve el cuidado del medio ambiente. Por lo tanto se concluye que actualmente los negocios que proponen nuevas formas o alternativas que ayudan a contrarrestar el impacto del medio ambiente son considerados como opción atractiva para el consumidor.

### Respecto a la Hipótesis Específica

**H 1:** Los arreglos de flores secas y preservadas influyen en el impacto ambiental de Lima Metropolitana, 2023.

Los resultados muestran que aproximadamente el 89.2% de los encuestados consideran que influye en la decisión final de su compra que los productos tengan un impacto ambiental positivo. Por lo que las evidencias indican que los consumidores tienden a valorar que los negocios propongan la preservación del medio ambiente. En cuanto a si la florería cuenta con un plan de responsabilidad social y ambiental, el 96.6% de los encuestados considera que es importante ya

que este es otro punto en el cual influye en la decisión de compra final del consumidor. Podemos concluir como impacto positivo que la florería cuente con un plan de impacto ambiental, y será considerada como una de las influencias en la decisión de compra final de los arreglos florales de flores secas y preservadas.

**H 2:** Los arreglos de flores secas y preservadas influyen la vida útil del producto en Lima Metropolitana, 2023.

Se observa que de acuerdo a los resultados obtenidos en el desarrollo de las encuestas la gran mayoría de las personas tienden a buscar productos con mayor durabilidad y además relacionan el tiempo de vida útil del arreglo o producto con calidad y por qué no con innovación. Lo cual lleva a concluir que más del 50% de encuestados tendrían apertura a consumir los arreglos florales con flores secas y preservadas de Inflora por su mayor durabilidad en comparación a arreglos comunes de flores naturales.

## **CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN**

### **6.1 Alcance esperado**

Con esta idea de negocio se busca ofrecer una propuesta innovadora en el rubro de las floristerías a los potenciales compradores de flores, en Lima metropolitana, que son motivados por distintas razones durante el año, entre estas una de la más representativas se tiene el día de la Madre, San Valentín entre otros, mediante los arreglos florales con flores secas y preservadas.

Este valor agregado permite ser una opción ecológica para las personas que buscan características innovadoras con significados especiales en las flores. Adicionalmente a ello, también se busca que se reconozca más este proceso en donde las flores son secadas y preservadas para que se practiquen en mayor volumen mediante las herramientas necesarias y crezca el número de proveedores nacionales.

### **6.2 Descripción de la propuesta de innovación**

En el caso de las flores preservadas pasan por un proceso llamado liofilización donde las mismas pasan a otro estado físico en el cual se obtiene como resultado unas flores que conservan su belleza (colores vivos, estructura) y con un mayor tiempo de vida que una flor tradicional, esta supera un año a dos años de vida y no requiere mayores cuidados en su mantenimiento.

### 6.3 Diagnóstico situacional

Para el Diagnóstico situacional se desarrolló el Análisis Foda donde se identificará las Fortalezas, Oportunidades, Amenazas y debilidades tanto de los factores Internos como externos:

#### Análisis FODA

Tabla N 21. FODA

<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>FACTORES EXTERNOS</b>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Mayor durabilidad de los arreglos florales	Nicho de mercado
Contribución al cuidado del medio ambiente	Mayor demanda por productos sostenibles.
Productos de calidad	Poca competencia
Requiere cuidados mínimos	Uso de materiales ecosostenibles
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Precios elevados	Productos sustitutos

Poco conocimiento	Bloqueo de vías de acceso
Producto frágil de Transportar	Trabas en las importaciones
Poca variedad de tipo de flores	Cambios climáticos

*Nota: Elaboración Propia Análisis, FODA que permite la identificación de los factores internos y externos dentro de la propuesta.*

## 6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora

### 6.4.1 Desarrollo del proyecto de innovación

Para la elaboración y desarrollo del modelo de negocio se ha desarrollado un Business Model Canvas el cual explicará a detalle los objetivos que proyecta la empresa, así como el producto a ofrecer, el público objetivo, los canales de ventas y la estructura de costos.

#### Alianzas Claves

Actualmente, en el mercado de flores “Santa Rosa” se encuentra una variedad de comerciantes de flores al por mayor; sin embargo, no son formales. Con respecto a las flores preservadas, existen proveedores que envían flores a Perú y provienen del Ecuador, por lo que se podría considerar realizar una alianza con uno de ellos.

#### Actividades Clave

Las actividades claves serían las siguientes:

- Arreglos personalizados basados en flores secas y/o preservadas.



- Bouquets de novia diseñados de acuerdo con la tendencia actual.
- Decoraciones con flores secas personalizadas, adecuadas para casa, oficina o lugar de preferencia.
- Información sobre las flores secas y preservadas en nuestras redes sociales.

### **Recursos Clave**

Es clave contar con lo siguiente:

- Un diseñador y experto exclusivo de flores, que entienda las tendencias del mercado.
- Una persona encargada de nuestras redes sociales, a fin de que promocióne y publique los trabajos.
- Contar con una persona encargada de las entregas de los arreglos, que esté totalmente comprometida con la empresa.

### **Propuesta de valor**

La propuesta de valor que cuenta el presente modelo de negocio serían las siguientes:

- Diseños exclusivos, todos los arreglos de flores serán totalmente personalizados, haciendo que cada uno de ellos sea diferente y único.
- Arreglos en tendencia, se seguirá la tendencia de mercados internacionales, con el fin de traerlos a mercados nacionales, y presentar nuevas propuestas.
- Atención personalizada, una vez el cliente, realice el contrato con Inflora modelo de negocio, con el fin de que regresen y fidelizarlos.

## **Relación con los clientes**

Contar con una excelente relación con los clientes, permitirá sobresalir y sobre todo vivir una experiencia única, que no tendrá con las florerías convencionales, donde las compras solo se realizan por internet. Es por ello, que toda compra que adquieran los clientes será totalmente personalizada.

## **Canales**

El principal canal vía red social será INSTAGRAM, FACEBOOK y TIK TOK ya que actualmente son las plataformas más utilizadas y por lo tanto las más visitadas.

Por otro lado, también se considera la creación de un e-commerce como canal de venta.

Una vez se pongan en contacto con Inflora, se asignará una persona que se encargará de la personalización del pedido.

## **Estructura de Costos**

La estructura de costos se basará de la siguiente manera:

Costos fijos que consideraremos al pago de personal, costo de servicios, publicidad & marketing e impuestos.

Mientras que los costos variables serían la compra de material de flores secas y preservadas, el empaque de las mismas, y servicios de delivery.

Se sacará el punto de equilibrio, una vez los costos fijos sean divididos por productos vendidos menos los costos variables, con el fin de que contemos con un margen de ganancia que sea mayor al resultado.

### **Flujos de ingreso**

Los ingresos serán enfocados en la venta de todos los arreglos personalizados basados en flores secas y preservadas. Podrán pagar vía transferencia bancaria, yaoi, plin, pago con tarjeta al momento de la entrega con un POS, así como también tendrán la opción de compra online vía pago link.

### **Proveedores**

Los proveedores de las flores básicamente son los viveros, aquí es donde están los agricultores especialistas que se encargan de sembrar las semillas de dichas flores, regarlas, poner abono, podarlas y cuidarlas hasta que tengan un determinado tamaño para su cosecha.

También se considera el mercado de flores en Acho un lugar donde se pueden comprar en cantidad y a buen precio la materia prima que son las flores.

### **Estrategia de Publicidad**

Se considera utilizar Facebook ads y Google ads para hacer publicidad, ya que son plataformas masivas que nos permitirá captar la atención de posibles clientes y/o consumidores potenciales.

### **Segmento de Clientes**

## **Clientes Potenciales**

A continuación, presentamos la descripción de nuestro segmento objetivo:

- Género: Femenino y masculino.
- Edad: 20 a 60 años
- Nivel socioeconómico: A y B

## **Fase 1: investigación metodológica.**

**Revisión teórica:** Como primer proceso se realiza la revisión teórica de los conceptos, el desarrollo de los antecedentes nacionales e internacionales, las limitaciones y viabilidad, así como la redacción del plan de negocio.

**Diseño metodológico:** El desarrollo del diseño muestral, la elaboración y validación de las encuestas por expertos, así como la recolección de datos e información.

**Análisis de resultados:** La elaboración de tablas y gráficos para el análisis de resultados, así como la presentación de las conclusiones e interpretaciones.

## **Fase 2: Adquisición de materia prima.**

**Compra de Flores secas:** Para este proceso, se recolectarán del mercado de flores de Santa Rosa, las flores que ya no se encuentren frescas para que luego podamos llevarlas al proceso de secado. Así como también existen artesanos que venden las flores secas ya tinturadas.

**Compra de flores preservadas:** La floristería adquirirá las flores preservadas mediante un importador.

**Compra de materiales:** La florería se encargará de realizar las compras de materiales en las galerías que se encuentran en el centro de Lima.

**Etapas de secado:** Una vez recolectada las flores, pasan por un proceso de limpieza, y luego estas se colocarán boca abajo ante el sol, para poder culminar su proceso de secado.

### Fase 3: Diseño del arreglo en base a flores secas y preservadas

Figura N°22: Arreglo en Flores Secas y Preservadas



Fuente: *Elaboración propia*

Figura N°23: Canasta en Flores Secas y Preservadas



*Fuente: Elaboración propia*

## Fase 4: Diseño de Marca

### Desarrollo de branding

### Buyer Person

Figura N°24: Buyer Person

## LUCIA RAMOS

<p><b>DATOS SOCIODEMOGRAFICOS</b> </p> <p>Edad: 33                  Género: Femenino                  Estado : Soltera                  Profesión : Economista                  Distrito : Miraflores</p>	<p><b>"AMANTE DE LA NATURALEZA"</b></p> 	<p><b>OBJETIVOS</b> </p> <p>Una casa propia para tener más espacio.                  Ser parte de un voluntariado ambiental.                  Conocer nuevas culturas.                  Un mejor puesto en su trabajo.</p>
<p><b>PERSONALIDAD</b> </p> <p>Independiente                  Ecologista                  Detallista                  Comunicativa</p>	<p><b>DESCRIPCIÓN</b> </p> <p>Lucia es una mujer independiente sin hijos muy responsable con su trabajo. Tiene un departamento propio , le encanta tener su hogar y su ambiente de trabajo ordenado , en sus vacaciones disfruta viajar al campo y contemplar la naturaleza porque le trae paz , se ejercita tres veces a la semana y trata de comer balanceado para mantener una vida saludable.</p>	<p><b>RETOS</b> </p> <p>Reciclar sus residuos.                  Buscar productos ecologicos.                  Influenciar a su entorno sobre la preservación de medio ambiente.                  Encontrar productos para decorar sus ambientes.                  Que sea reconocida por sus logros.</p>
<p><b>AFICIONES E INTERESES</b> </p> <p>usa productos ecológicos                  viajar                  vida saludable                  Le gustar estar informada</p> <p><b>USO DE REDES SOCIALES :</b></p> <p> </p>	<p><b>FRUSTACIONES</b> </p> <p>Más tiempo disponible para ella.                  Se cuestiona si quiere formar una familia.                  Quiere un mejor empleo.</p>	

Fuente: Elaboración propia

## Logo

Figura N°25: Logo Inflores



*Fuente: Elaboración propia*

## Paleta de colores

Figura N°26: Paleta de Colores Inflores





*Fuente: Elaboración propia*

### **Tono de comunicación**

Se mostrará a la marca mediante una comunicación fluida y amigable que exprese calidez, siguiendo los pilares que Inflora tiene como principios y el respeto por el medio ambiente, que a su vez se ajustará al público que se quiere llegar.

### **Visión**

Lograr ser reconocidas como líderes en arreglos de flores secas y preservadas, con el fin de brindar una gran variedad de productos de calidad y sin perder de vista el compromiso con el cuidado del medio ambiente.

### **Misión**

Brindar a los clientes arreglos únicos e innovadores en donde seamos el aliado perfecto para expresar sus sentimientos y/o agradecimiento a sus personas favoritas.

## Marketing digital

### FACEBOOK

Figura N°27: Facebook Inflora



*Elaboración propia*

## INSTAGRAM

Figura N°28: Instagram Inflora



*Elaboración propia*

## WEB

Figura N°29: Página Web Inflora



*Elaboración propia*

### **Definición de objetivos**

Al ser una propuesta innovadora en el mercado de floristería en Perú se plantean los siguientes objetivos, para por consiguiente armar estrategias en marketing digital y conectar mediante las redes sociales e internet.

### **Posicionamiento:**

Mostrar en los medios digitales a Inflora como uno de los pioneros e innovadores en arreglos florales con flores secas y preservadas al mismo tiempo comprometido con la minimización de desechos en Lima.

### **Engagement:**

Con este objetivo se busca medir la interacción del público activo con las redes sociales de Inflora y analizar qué tipo de contenido es el que atrae mejores resultados.

## **6.4.2 Presupuesto**

### **Presupuesto de la investigación**

Los productos a considerar para realizar arreglos en flores secas y preservadas son los siguientes:

#### **Ramo en Flores Secas y Preservadas**

- Papel seda importado
- Papel leche importado
- Gypsophilia seca
- Rosa de Lunaria seca
- Rosa Preservada
- Trigo seco
- Jaspia
- Estatice
- Satélite
- Lunaria
- Sticker
- Tarjeta
- Cinta

### **Arreglo en flores secas y preservadas**

- Canasta de mimbre
- Gypsophilia seca
- Rosa de Lunaria Seca
- Rosa Preservada
- Rosa de Lunaria
- Estatice
- Lunaria
- Siempre viva
- Jaspia
- Eucalipto
- Colita de Conejo
- Papel leche
- Tarjeta
- Cinta

**Arreglo 1: Ramo Flores secas y Preservadas**

En el siguiente cuadro se muestra los costos de cada material que se implementara para el ramo de flores secas y preservadas (Arreglo 1) siendo S/. 78.93 en total:

Tabla N 22. Costo Ramo flores secas y preservadas

ITEM	PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO	CONSUMO	COSTO TOTAL
1	Papel seda importado	20	S/ 20.00	1	S/ 1.00
2	Papel leche importado	20	S/ 18.00	1	S/ 0.90
3	Gypsophilia seca	10	S/ 5.00	1	S/ 0.50
4	Rosa de Lunaria seca	12	S/ 15.00	8	S/ 10.00
5	Rosa Preservada	6	S/ 99.00	3	S/ 49.50
6	Trigo seco	12	S/ 6.00	6	S/ 3.00
7	Jaspia	12	S/ 8.00	6	S/ 4.00
8	Estatice	12	S/ 6.00	6	S/ 3.00
9	Satélite	8	S/ 6.00	4	S/ 3.00
10	Lunaria	3	S/ 10.00	1	S/ 3.33
11	Sticker	200	S/ 50.00	1	S/ 0.25
12	Tarjeta	1000	S/ 100.00	1	S/ 0.10
13	Cinta	10	S/ 3.50	1	S/ 0.35
<b>TOTAL</b>					<b>S/ 78.93</b>

Fuente: Elaboración propia

## Arreglo 2: Canasta en Flores Secas y preservadas

A continuación, se muestra el costo de cada material para elaborar la canasta de flores secas y preservadas (Arreglo 2) siendo de S/. 102.02 en total:

Tabla N 23. Costo Canasta flores secas y preservadas

ITEM	PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO		CONSUMO	COSTO TOTAL	
1	Canasta de mimbre	1	S/	12.00	1	S/	12.00
2	Gypsophilia seca	10	S/	5.00	5	S/	2.50
3	Rosa de Lunaria Seca	12	S/	15.00	8	S/	10.00
4	Rosa Preservada	6	S/	99.00	3	S/	49.50
5	Estatice	12	S/	6.00	12	S/	6.00
6	Lunaria	3	S/	6.00	1	S/	2.00
7	Siempre viva	3	S/	8.00	3	S/	8.00
8	Jaspia	12	S/	8.00	8	S/	5.33
9	Eucalipto	12	S/	10.00	4	S/	3.33
10	Colita de Conejo	25	S/	5.00	10	S/	2.00
11	Papel leche	20	S/	18.00	1	S/	0.90
12	Tarjeta	1000	S/	100.00	1	S/	0.10
13	Cinta	10	S/	3.50	1	S/	0.35
<b>TOTAL</b>						<b>S/</b>	<b>102.02</b>

Fuente: Elaboración propia



## Área de Administración y Contabilidad

En la siguiente tabla se detallan los costos de elementos que se usan en el área de administración y contabilidad así como también la suma del costo en el área de S/ 3220.00 en total:

Tabla N 24. Costos área de Administración y Contabilidad

Objetivo	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	1	S/ 300.00	S/ 300.00
Silla	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Silla Auxiliares	1	S/ 100.00	S/ 100.00
Computadora	1	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Impresora	1	S/ 450.00	S/ 450.00
Telefono	1	S/ 90.00	S/ 90.00
Tacho de basura	1	S/ 30.00	S/ 30.00
Utiles de Escritorio	1	S/ 100.00	S/ 100.00
	<b>TOTAL</b>		<b>S/ 3,220.00</b>

Fuente: Elaboración propia

## Área de Logística y Marketing

En la siguiente tabla se detallan los costos de los elementos que se usan en el área de logística y marketing como también la suma del costo del área siendo S/. 8370.00 en total:

Tabla N 25. Costos área de Logística y Marketing

Area de Logística y Marketing Objetivo	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	1	S/ 300.00	S/ 300.00
Silla	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Silla Auxiliares	1	S/ 100.00	S/ 100.00
Computadora	1	S/ 4,000.00	S/ 4,000.00
Telefono	1	S/ 90.00	S/ 90.00
Tacho de basura	1	S/ 30.00	S/ 30.00
Utiles de Escritorio	1	S/ 100.00	S/ 100.00
Publicidad	12	S/ 300.00	S/ 3,600.00
		Total	S/ 8,370.00

Fuente: Elaboración propia

## Área de Operaciones & Diseño

En la siguiente tabla se detallan los costos de los elementos que se usan en el área de operaciones & Diseño como también la suma del costo del área siendo S/. 4750.00 en total:

Tabla N 26. Costos área de Operaciones & Diseño

Area de Operaciones & Diseño Objetivo	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	1	S/ 300.00	S/ 300.00
Silla	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Silla Auxiliares	3	S/ 100.00	S/ 300.00
Tablet	1	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00
Mesa de Trabajo	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
Tacho de basura	3	S/ 100.00	S/ 300.00
Materiales de Corte	3	S/ 300.00	S/ 900.00
		Total	S/ 4,750.00

Fuente: Elaboración propia

## Otros Costos Varios

En la siguiente tabla se detallan los costos varios que se tomarían para implementar la investigación así como también la suma del costo total, siendo S/. 10525.00:

Tabla N 27. Otros Costos Varios

Otros Costos Varios Objetivo	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Registro de marca	1	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00
Extintor	2	S/ 250.00	S/ 500.00
Camarás	2	S/ 250.00	S/ 500.00
Kit de Limpieza	3	S/ 25.00	S/ 75.00
Agua de mesa	6	S/ 25.00	S/ 150.00
Pagina Web	1	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00
Gastos Notariales	1	S/ 500.00	S/ 500.00
Licencia Software	1	S/ 800.00	S/ 800.00
		Total	S/ 10,525.00

Fuente: Elaboración propia

## Planilla Personal

El siguiente proyecto contará con 4 personas en total, las cuales serán divididas en las áreas de Marketing, Operaciones y Administración, así como tendremos una persona como apoyo al área operativa que se encargará de los diseños florales.

Tabla N 28. Presupuesto Planilla personal

Mano de Obra	Cantidad	Sueldo	Remuneración Anual	ESSAL UD	Seguro Vida Ley	Gratif	CTS	Asig Familiar	Planilla Anual	Planilla Mensual
Gerente de MKT	1	S/ 2,000.00	S/ 24,000.00	S/ 2,160.00	S/ 127.20	S/ 4,360.00	S/ 2,333.33	S/ 615.00	S/ 35,596.53	S/ 2,966.38
Gerente de OPS	1	S/ 2,000.00	S/ 24,000.00	S/ 2,160.00	S/ 127.20	S/ 4,360.00	S/ 2,333.33	S/ 615.00	S/ 35,596.53	S/ 2,966.38
Gerente de Adm	1	S/ 2,000.00	S/ 24,000.00	S/ 2,160.00	S/ 127.20	S/ 4,360.00	S/ 2,333.33	S/ 615.00	S/ 35,596.53	S/ 2,966.38
Operario	1	S/ 1,025.00	S/ 12,300.00	S/ 1,107.00	S/ 65.19	S/ 2,234.50	S/ 1,195.83	S/ 615.00	S/ 18,543.52	S/ 1,545.29
									<b>S/ 125,333.12</b>	<b>S/ 10,444.43</b>

Fuente: Elaboración propia

## Activos Tangibles

En relación con los activos tangibles se consideran los mobiliarios de la empresa. El monto de activos tangibles es de S/. 11630.00 tal y como se detalla a continuación:

Tabla N 29. Activos Tangibles

ACTIVOS TANGIBLES	Cantidad	Costo	Costo Total	Depreciación Anual	Depreciación acumulada	Valor Rescate
Escritorio	3	S/ 300.00	S/ 900.00	S/ 90.00	S/ 540.00	S/ 360.00
Sillas	6	S/ 150.00	S/ 900.00	S/ 90.00	S/ 540.00	S/ 360.00
Computadora	2	S/ 3,000.00	S/ 6,000.00	S/ 600.00	S/ 3,600.00	S/ 2,400.00
Impresora	1	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ 45.00	S/ 270.00	S/ 180.00
Telefono	2	S/ 90.00	S/ 180.00	S/ 18.00	S/ 108.00	S/ 72.00
Mesa de Trabajo	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 100.00	S/ 600.00	S/ 400.00
Materiales de corte	3	S/ 300.00	S/ 900.00	S/ 90.00	S/ 540.00	S/ 360.00
Extintor	2	S/ 250.00	S/ 500.00	S/ 50.00	S/ 300.00	S/ 200.00
Camaras	2	S/ 250.00	S/ 500.00	S/ 50.00	S/ 300.00	S/ 200.00
Kitchenet	1	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 30.00	S/ 180.00	S/ 120.00
			<b>S/ 11,630.00</b>	<b>S/ 1,163.00</b>		

Fuente: Elaboración propia

### Activos Intangibles

En relación a los activos Intangibles, se consideran las inversiones para desarrollar el proyecto como licencia, gastos notariales, entre otros. El monto es de S/ 4800.00 tal y como se detalla a continuación:

Tabla N 30. Activos Intangibles

<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Total</b>
Página Web	1	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00
Registro de Marca	1	S/ 500.00	S/ 500.00
Gastos Notariales	1	S/ 500.00	S/ 500.00
Licencia Software	1	S/ 800.00	S/ 800.00
			<b>S/ 4,800.00</b>

Fuente: Elaboración propia

### Gastos Administrativos

Los gastos Administrativos se consideran las planillas de personal, los servicios, así como la depreciación del 10% y la amortización.

Tabla N 31. Gastos Administrativos

<b>Gastos Adm</b>	<b>Total</b>	
Planillas	S/	125,333.12
Luz, Agua, Telefono	S/	7,800.00
Depreciación	S/	1,163.00
Amortización	S/	960.00

*Fuente: Elaboración propia*

### Gastos Ventas

Para los gastos de ventas se considerará la publicidad por año:

Tabla N 32. Gastos de Ventas

<b>Gastos Ventas</b>		
Publicidad	S/	3,600.00

*Fuente: Elaboración propia*



## Precio de Venta

Se calculó la venta considerando los dos tipos de arreglos ofrecidos, con un valor mayor del 71% y 99% de utilidad respectivamente por arreglo.

Tabla N 33. Precio de Venta de Arreglos

<b>Tipo de Arreglo</b>	<b>Costo</b>		<b>Venta</b>		<b>IGV</b>		<b>Precio</b>	
Arreglo 1: Ramo de flores	S/	78.93	S/	135.59	S/	24.41	S/	160.00
Arreglo 2: Canasta de flores	S/	102.02	S/	203.39	S/	36.61	S/	240.00

*Fuente: Elaboración propia*

**Programa de Venta 15%**

Se considerará un incremento de venta por año de aproximadamente 15%

Tabla N 34. Programa de Venta de Arreglos

<b>Programa de ventas</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Arreglo 1	1200	1380	1587	1825	2099
Arreglo 2	700	805	926	1065	1224

Fuente: Elaboración propia

**Costo Total por Arreglo**

En base a la participación del mercado por año, se contará con los siguientes costos por año:

Tabla N 35. Costo Total por Arreglo de acuerdo al programa de ventas

<b>Costo</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Arreglo 1	S/ 94,716.00	S/ 108,923.40	S/ 144,051.20	S/ 144,051.20	S/ 165,658.88
Arreglo 2	S/ 71,414.00	S/ 82,126.10	S/ 94,445.02	S/ 108,611.77	S/ 124,903.53
	<b>S/ 166,130.00</b>	<b>S/ 191,049.50</b>	<b>S/ 238,496.21</b>	<b>S/ 252,662.96</b>	<b>S/ 290,562.41</b>

Fuente: Elaboración propia

**Venta Total por Arreglo**

Con respecto a la venta total, se considerará los siguientes ingresos por año, de acuerdo a la participación del mercado:

Tabla N 36. Costo Total por Arreglo de acuerdo al programa de ventas

<b>Modulo de Ventas</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Arreglo 1	S/ 191,995.44	S/ 220,794.76	S/ 253,913.97	S/ 292,001.06	S/ 335,801.22
Arreglo 2	S/ 168,000.14	S/ 193,200.16	S/ 222,180.19	S/ 255,507.21	S/ 293,833.29
	<b>S/ 359,995.58</b>	<b>S/ 413,994.92</b>	<b>S/ 476,094.15</b>	<b>S/ 547,508.28</b>	<b>S/ 629,634.52</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## Capital de Trabajo

La inversión de capital de trabajo, se considerarán los costos variables, los gastos de ventas, los gastos administrativos y podremos rescatar el valor total de la inversión, que el mismo será asumido por las investigadoras.

Tabla N 37. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	Método de desfase					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Costos Variables	S/ 166,130.00	S/ 191,049.50	S/ 238,496.21	S/ 252,662.96	S/ 290,562.41	
Gastos de ventas	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00
Gastos Adm	S/ 133,133.12	S/ 133,133.12	S/ 133,133.12	S/ 133,133.12	S/ 133,133.12	S/ 133,133.12
Total Costos y Gastos	S/ 302,863.12	S/ 327,782.62	S/ 375,229.33	S/ 389,396.09	S/ 427,295.53	
	S/ 75,715.78	S/ 81,945.66	S/ 93,807.33	S/ 97,349.02	S/ 106,823.88	
<b>Capital de Trabajo Anual</b>	<b>S/ 75,715.78</b>	<b>S/ 6,229.88</b>	<b>S/ 11,861.68</b>	<b>S/ 3,541.69</b>	<b>S/ 9,474.86</b>	

Fuente: Elaboración propia

**Flujo de Caja Operativo**

El presente flujo, refleja los ingresos y salidas de dinero de acuerdo a la venta de los arreglos de flores, los gastos administrativos, los gastos de ventas, la depreciación y amortización, en los primeros 5 años.

Tabla N 38. Flujo de Caja Operativo

<b>Flujo de Caja Operativo</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Ingresos	S/ 359,995.58	S/ 413,994.92	S/ 476,094.15	S/ 547,508.28	S/ 629,634.52	
Egresos	S/ 166,130.00	S/ 191,049.50	S/ 238,496.21	S/ 252,662.96	S/ 290,562.41	
Utilidad Bruta	S/ 193,865.58	S/ 222,945.42	S/ 237,597.94	S/ 294,845.31	S/ 339,072.11	
Gastos Adm	S/ 133,133.12	S/ 133,133.12	S/ 133,133.12	S/ 133,133.12	S/ 133,133.12	
Gastos Ventas	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	
Utilidad Operativa (EIBT)	S/ 57,132.46	S/ 86,212.29	S/ 100,864.82	S/ 158,112.19	S/ 202,338.99	
Impuesto a la renta 29.5%	S/ 16,854.07	S/ 25,432.63	S/ 29,755.12	S/ 46,643.10	S/ 59,690.00	
Utilidad Neta (NOPAT)	S/ 40,278.38	S/ 60,779.67	S/ 71,109.70	S/ 111,469.09	S/ 142,648.99	
Depreciación	S/ 1,163.00	S/ 1,163.00	S/ 1,163.00	S/ 1,163.00	S/ 1,163.00	
Amortización	S/ 960.00	S/ 960.00	S/ 960.00	S/ 960.00	S/ 960.00	
<b>Flujo de Caja Operativo</b>	<b>S/ 42,401.38</b>	<b>S/ 62,902.67</b>	<b>S/ 73,232.70</b>	<b>S/ 113,592.09</b>	<b>S/ 144,771.99</b>	

Fuente: Elaboración propia

## Flujo de Inversiones

El flujo de inversiones muestra las necesidades de capital para la implementación y puesta de operación del proyecto. Para el cálculo de del Valor Actual Neto (VAN) se aplicó el Flujo de Caja Económico y como resultado se obtiene un Valor Actual Neto Económico (VANE), el cual se obtuvo S/153,915.52. Así mismo, la Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida para el flujo económico es del 58% por lo cual es altamente rentable, reafirmando la viabilidad económica y financiera del

Proyecto. Finalmente, el capital de retorno se efectuará en aproximadamente 2 años con 5 meses.

Tabla N 39. Flujo de Inversiones

<b>Flujo de Inversiones</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Activos Fijos Tangibles	S/ 11,630.00					
Activos Fijos Intangibles	S/ 4,800.00					
Capital de Trabajo	S/ 75,715.78	S/ 6,229.88	S/ 11,861.68	S/ 3,541.69	S/ 9,474.86	
	S/ 92,145.78	S/ 6,229.88	S/ 11,861.68	S/ 3,541.69	S/ 9,474.86	S/ -
<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-S/ 92,145.78</b>	<b>S/ 36,171.51</b>	<b>S/ 51,040.99</b>	<b>S/ 69,691.01</b>	<b>S/ 104,117.23</b>	<b>S/ 144,771.99</b>

---

<b>VANE</b>	S/153,915.52
<b>B/CE</b>	2.67
<b>TIR</b>	58%
<b>PAYBACK</b>	
<b>E</b>	02 a y 5 m

---

*Fuente: Elaboración propia*

## CONCLUSIONES

Con respecto a las conclusiones se puede indicar que la hipótesis principal de la investigación, los arreglos con flores secas y preservadas influyen en un negocio sostenible en Lima Metropolitana, es considerada como válida, debido a que se muestra coherencia con la importancia de dichas variables dentro del plan de negocio al proponer una política ambiental y sostenibilidad empresarial, así como la percepción de las personas al buscar obtener productos ecosostenibles.

Con respecto a las hipótesis específicas, muestra que el modelo de negocio presentado cuenta con una aceptación del público, esto se evidencia por la cantidad de personas dispuestas a obtener productos en base a flores secas y preservadas.

Así mismo, el estudio muestra que efectivamente los productos eco sostenibles son una muy buena opción, ya que el porcentaje de consumidores que se preocupan en el cuidado del medio ambiente cada vez es más grande y perciben que al obtener arreglos con mayor durabilidad es sinónimo de calidad e innovación.

Por lo cual se concluye que el desarrollo del presente plan de negocio permite reflejar el compromiso en la generación de valor para con el planeta además de promover y/o fomentar nuevos estilos de vida en nuestros consumidores.

Finalmente, de acuerdo al estudio de mercado el proyecto es económicamente viable, obteniendo un Valor Actual Neto (VAN) de S/. 153915.52 y una Tasa de Retorno Interna Económica de 58%.



## RECOMENDACIONES

Con el paso de los años el mundo en general se ha ido preocupando más por la Sostenibilidad es por eso que, de acuerdo a la hipótesis principal propuesta, se recomienda que las autoridades como municipales o gobiernos regionales centren mayor importancia en este tema, desarrollando campañas donde impulsen la sostenibilidad empresarial, así como la difusión de la puesta en práctica de políticas ambientalistas dentro de las organizaciones.

A partir de las hipótesis específicas se recomienda realizar alianzas estratégicas con ONGs y/o MIDAGRI para la conservación del medio ambiente, con el fin de poder ayudar a evitar la merma de flores, a incentivar el uso de flores secas y además de fomentar nuevos y buenos hábitos medioambientalistas que contribuyan directamente con el consumo consciente y sostenible.

Así mismo, con el fin de fomentar el negocio sostenible, desde la página web se recolectará por medio de una base de datos a todas las personas interesadas en el servicio y enviarles publicidad, talleres de secado de flores, etc. ya sea por correo o mensajes de texto con el fin de fidelizar a nuestros clientes.

Se recomienda también realizar campañas publicitarias en Facebook e Instagram, para conseguir clientes potenciales y Google ads para posicionamiento en los buscadores de arreglos de flores, indicando esta nueva alternativa en el sector.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arce, L., Temple, J., & Vilcachagua, K. (2018). *Plan de negocio para la entrega de arreglos con flores preservadas para los segmentos de NSE A y B de Lima Metropolitana* [Tesis de magíster, ESAN Graduate School of Business]. Repositorio Institucional ESAN.  
[https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1401/2018\\_MAF\\_16-1\\_01\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1401/2018_MAF_16-1_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Brown, D., Umaña, G., Gil, J., Salazar, C., Stanley, M., & Bessalel, M. (2003). *Guía para la gestión del manejo de residuos sólidos municipales, enfoque: Centroamérica*. Programa Ambiental Regional para Centroamérica.  
<https://redrrss.minam.gob.pe/material/20090129005237.pdf>
- De la Riva, F. (2011, septiembre - diciembre). Poscosecha de flores de corte y medio ambiente. *Idesia*, 29(3), 125-130.  
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292011000300019>
- El Comercio. (2020, 3 de mayo). Día de la madre: se perderían cerca de S/15 millones por venta de flores en campaña más importante del año. *El Comercio Perú*.  
<https://elcomercio.pe/economia/peru/dia-de-la-madre-se-perderian-cerca-de-s15-millones-por-venta-de-flores-en-campana-mas-importante-del-ano-economia-peruana-exportaciones-rosas-noticia/>

Saint-gobain, P. (2020, enero - febrero). Economía Circular. *Retema*. 220, 68 - 71

<https://www.retema.es/revista-digital/enero-febrero-5>

Gassiy, V. & Stoikov, V. (2019,9 de Agosto). Desarrollo de una economía verde y un negocio respetuoso con el medio ambiente en Rusia. *En E3S Web de Conferencias*,

110, 9. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201911002069>

Kiseleva, M., Artemova, I., Litvinenko, L., Kirillova, V., Tupchienko. A., & Bing, W.

(2017). Implantación de la gestión innovadora en el accionar de la empresa empresarial. *Revista internacional de investigación comercial y económica aplicada*, 15 (13), 231-242. [https://portfolio.vvsu.ru/files/D51A4830688A-4620-](https://portfolio.vvsu.ru/files/D51A4830688A-4620-B67C-FDBEF3B04C08.pdf)

[B67C-FDBEF3B04C08.pdf](https://portfolio.vvsu.ru/files/D51A4830688A-4620-B67C-FDBEF3B04C08.pdf)

Las preservadas son más ecológicas. (2020, 16 de abril). *Decoverd: jardines verticales*

*preservados*. <https://www.decoverd.com/blog/las-preservadas-son-mas-ecologicas>

León, J. (2020, 1 de Diciembre). Existen más de 4 mil hectáreas de flores de corte y

plantas ornamentales en nuestro país. *Agraria.pe*.

<https://agraria.pe/noticias/existen-mas-de-4-mil-hectareas-de-flores-de-corte-y-plantas--23103>

Méndez, M., Heinsen, V., & Mirabal, M. (2015). *Las 3Rs: reducir, reusar, reciclar*. Santo Domingo: Odebrecht; Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal, Inc.

(CEDAF). <https://bvearmb.do/handle/123456789/748>

- Pacheco, K. (2021,7 de enero). La venta de flores afectadas por la pandemia que produjo la COVID-19. *Chiqaq News MediaLab – UNMSM*.  
<https://medialab.unmsm.edu.pe/chiqaqnews/la-venta-de-flores-afectadas-por-la-pandemia-que-produjo-la-covid-19/>
- Solís, L., Pérez, J., & Reyes, N. (2010). *Estudio de viabilidad para la creación de una florería artificial en la ciudad de Milagro* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal de Milagro]. Repositorio Institucional UNEMI.  
<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/383>
- Pinzón, J. (2019). *Rrreciclartes, del arte de reducir, reutilizar y reciclar: propuesta de mejoramiento ambiental, a partir del fomento de la creatividad* [Tesis de magíster, Universidad Cundinamarca]. Repositorio Institucional UDEC.  
<https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/2445>
- Rodríguez, C. (2016). *Reducción, reutilización y reciclaje de materiales*. [Tesis de pregrado, Universitat Jaume I]. Repositorio Institucional UJI.  
<https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/162448>
- Sánchez, F. & Pérez, L. (2014). *Desarrollo de un manual básico de sensibilización y capacitación en técnicas sencillas de reciclaje, reducción y reutilización intradomiliaria* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional Universidad de Guayaquil.  
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/12707>

Saldívar, P. (2017, julio). *Senescencia, acción del etileno y conservación de flores cortadas* [Apuntes del programa de especialidad en floricultura, Universidad Autónoma del Estado de México]. Repositorio institucional. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/67263>

Saidon, M. (2012, 10 de Junio). Valoración ambiental del reciclado de residuos: El caso de Quilmes, Argentina. *Revista Economía*, 34, 33-53. <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/38629>

Mayorga, A. & Toalombo, M. (2012). *Estudio del proceso de clasificación de los desechos sólidos para reducir la contaminación residual en el mercado mayorista de Ambato* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/3756>

**Anexo N°1 Matriz de Consistencia**

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TÍTULO: Arreglos con flores secas y preservadas como idea de negocio sostenible para Lima metropolitana 2023						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
			VARIABLE 1: NEGOCIO SOSTENIBLE			
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Item
¿DE QUÉ MANERA LOS ARREGLOS CON FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN UN NEGOCIO SOSTENIBLE PARA LIMA METROPOLITANA 2023?	DETERMINAR DE QUÉ MANERA LOS ARREGLOS CON FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN UN NEGOCIO SOSTENIBLE PARA LIMA METROPOLITANA 2023	LOS ARREGLOS CON FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYEN EN UN NEGOCIO SOSTENIBLE PARA LIMA METROPOLITANA 2023	POLITICA AMBIENTAL	Programa Ambiental	La florera debe analizar si influye en el consumidor que la florera cuente con un programa ambiental	1
					La florera debe indicar al consumidor que cumple con el cuidado del medio ambiente	2
				Impacto Ambiental	La florera debe identificar con que frecuencia se consumidores eligen productos ecoamigables	8
					La florera debe verificar si el impacto ambiental influye en la decision final del consumidor	3
			SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Responsabilidad social	La florera debe analizar si influye en el consumidor que la florera cumpla con su responsabilidad social con su entorno	5
					La florera debe contar con un plan de responsabilidad social y ambiental	4
				Produccion Sostenible	La florera debe analizar si para el consumidor es importante que en los procesos la producción sea sostenible .	6
La florera debe sustentar los procesos de produccion ante el consumidor.	7					
Problema específicos	Objetivos Específicos:	Hipótesis específicas:	VARIABLES E INDICADORES			
VARIABLE 2: VIDA UTIL DE LAS FLORES SECAS Y PRESERVADAS						
			Dimensiones	Indicadores	Criterio	Item
¿DE QUÉ MANERA LOS ARREGLOS CON FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN EL IMPACTO AMBIENTAL DE LIMA METROPOLITANA, 2023?	DETERMINAR DE QUÉ MANERAL LOS ARREGLOS CON FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN EL IMPACTO AMBIENTAL DE LIMA METROPOLITANA 2023	LOS ARREGLOS DE FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN EL IMPACTO AMBIENTAL DE LIMA METROPOLITANA, 2023	IMPACTO ECOLOGICO	Utilizacion de recursos ecologicos	La florería debe identificar productos a favor del medio ambiente	9
					La florería debe utilizar productos ecologicos	10
				Reutilizando los desechos de flores naturales	La florera debe analizar si los consumidores son concientes de donde acaban los desechos florales	11
¿DE QUÉ MANERA LOS ARREGLOS DE FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN LA VIDA ÚTIL DEL PRODUCTO EN LIMA METROPOLITANA, 2023?	DETERMINAR DE QUÉ MANERAL LOS ARREGLOS DE FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN LA VIDA UTIL DEL PRODUCTO	LOS ARREGLOS DE FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN LA VIDA UTIL DEL PRODUCTO EN LIMA METROPOLITANA, 2023	DURABILIDAD DEL PRODUCTO	Proceso de Liofilizacion	La florera debe analizar si el consumidor conoce el proceso de liofilización de una flor.	12
					La florera debe analizar si el consumidor conoce el proceso de secado de las flores.	13
				Proceso de secado de flores	La florera debe analizar si el consumidor esta dispuesto a adquirir arreglos basados en flores secas y preservadas	15
¿DE QUÉ MANERA LOS ARREGLOS DE FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN LA ECONOMIA DE LOS CONSUMIDORES DE LIMA METROPOLITANA , 2023?	DETERMINAR DE QUÉ MANERA LOS ARREGLOS DE FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN LA ECONOMIA DE LOS CONSUMIDORES	LOS ARREGLOS DE FLORES SECAS Y PRESERVADAS INFLUYE EN LA ECONOMIA DE LOS CONSUMIDORES EN LIMA METROPOLITANA, 2023	ECONOMIA DE CONSUMIDORES	Ingresos del consumidor	La florera debe analizar cuanto es el ingreso promedio del consumidor	19
					La florera debe identificar si el consumidor esta dispuesto a pagar por un producto con mayor duracion que los arreglos convencionales	16
				Gastos mensuales del consumidor	La florera debe analizar cuanto es el gasto promedio del consumidor	14
					La florera debe analizar cuanto es el gasto que le toma al consumidor el adquirir un arreglo floral	18
					La florera debe analizar la frecuencia en la que el consumidor adquiere arreglos florales	17

### Anexo N°2 Matriz Operacional

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST	ESCALAS				
								1	2	3	4	5
NEGOCIO SOSTENIBLE	Los negocios sostenibles son todas aquellas empresas que buscan generar utilidades y a su vez plantean y desarrollan propuestas que tienen como objetivo solucionar problemas en pro del cuidado del medio ambiente.	Operacionalmente se entiende que el negocio sostenible se orienta a dos dimensiones como la política ambiental y la sostenibilidad empresarial.	POLITICA AMBIENTAL	Programa Ambiental	ENCUESTA	1	CUESTIONARIO	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
				Impacto Ambiental		2						
			SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Responsabilidad social		3						
				Produccion Sostenible		4						
						5						
						6						
VIDA UTIL DE LAS FLORES SECAS Y PRESERVADAS	El tiempo de vida de una flor se determina tomando en cuenta el día que esta fue cortada de la planta. Sin embargo las flores secas tienen diferente vida útil que las preservadas ya que ambas pasan por procesos completamente distintos como por deshidratación y en el segundo caso por liofilización, obteniendo en ambos casos un resultado distinto pero en definitiva se logra alargar la vida útil de las mismas.	Operacionalmente se entiende que el desarrollo de la vida útil de las flores secas y preservadas se orientan a las tres dimensiones como impacto ambiental, ... y economía de consumidores.	IMPACTO ECOLOGICO	Utilización de recursos ecológicos	7	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE		
				Reutilizando los desechos de flores naturales	8							
			DURABILIDAD DEL PRODUCTO	Proceso de Liofilización	9							
				Proceso de secado de flores	10							
			ECONOMIA DE CONSUMIDORES	Ingresos del consumidor	11							
				Gastos mensuales del consumidor	12							
					13							
					14							
					15							
					16							
	17											
	18											
	19											
	20											

### **Anexo N°3: Instrumento de recolección de datos.**

Encuesta Arreglos con flores secas y preservadas como idea de negocio sostenible para Lima metropolitana 2023

¡Hola! Somos estudiantes de la Escuela Superior Instituto San Ignacio de Loyola.

El propósito de esta encuesta es conocer tu opinión sobre el consumo de arreglos florales a base de flores secas y preservadas.

Además, es parte de nuestro trabajo de tesis para la obtención del grado de bachiller.

Esta encuesta es totalmente anónima y de carácter académico, por lo cual no le pediremos datos personales.

La duración de la encuesta es de 10 minutos y sus respuestas serán totalmente confidenciales.

¡Muchas gracias por su tiempo!



**1**

...

¿Influye en tí que una florería cuente con un programa ambiental propio?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**2**

¿La floreria debe indicar al cliente que promueven el cuidado del medio ambiente?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**3**

¿Consideras que el impacto ambiental influye en la decisión final de tu compra?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**4**

¿Consideras que una florería debe contar con un plan de responsabilidad social y ambiental?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**5**

...

¿Influye en el cliente que una florería cumpla con responsabilidad social en su entorno?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**6**

---

¿Es importante para el cliente que los procesos de producción de una florería sean sostenibles?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**7**

¿Consideras que una florería debe sustentar (proceso de producción) ?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**8**

¿Con qué frecuencia eliges productos ecoamigables?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**9**

¿Consideras que la florerías deben seleccionar mejor sus productos?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**10**

¿consideras que las floreria debe utilizar productos ecológicos?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**11**

¿Eres consciente en donde acaban los desechos florales?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**12**

¿Haz escuchado sobre el proceso de liofilización de una flor?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**13**

⋮

¿Haz escuchado sobre el proceso de secado de una flor?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**14**

...

¿Tienes conocimiento de tu gasto promedio cuando compras obsequios?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**15**

¿Estarías dispuesto a adquirir arreglos basados en flores secas y preservadas?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**16**

...

¿Estarías dispuesto a adquirir arreglos florales con mayor durabilidad?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**17**

¿Con qué frecuencia adquiere arreglos florales?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**18**

¿Sueles limitar el monto al adquirir un arreglo floral?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**19**

¿Destinarías un porcentaje de tu ingreso mensual al consumo de Arreglos Florales?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre

**20**

¿sueles buscar precio y presentaciones sobre arreglos florales en internet ?

- nunca
- casi nunca
- a veces
- casi siempre
- siempre