



CARRERA: Tecnología Superior en Administración

**Elaboración del proyecto integrador para la obtención de título de
tecnología en Administración**

**TEMA: Modelo CANVAS para la Creación de VI-VERDE Vivero
Parroquia de Cotocollao Quito**

AUTORA: Morales De La Torre, Jessica Alexandra.

TUTOR: Romero Montalvo Humberto W. Fernando

PARALELO: 1(4) TSADQ1

ENERO 2023

QUITO-ECUADOR

Certificado del Tutor

En el Instituto Tecnológico Universitario Pichincha, es presentado por la ciudadana MORALES DE LA TORRE JESSICA ALEXANDRA, optar por el título de Tecnóloga en Administración, CERTIFICO que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Atentamente

Romero Montalvo, Humberto W. Fernando
hwromero@tecnologicopichincha.edu.ec
Teléfono móvil: 0986101503
Cédula de identidad: 1702666288

Declaración de Idoneidad

Yo, MORALES DE LA TORRE JESSICA ALEXANDRA, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún Proyecto de Grado aquí o en otra institución o calificación profesional y son absolutamente originales, auténticos y personales; y que, además, he referido las fuentes bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, para el aprovechamiento de futuras generaciones.

Morales De la Torre Jessica Alexandra
Cedula de Identidad: 172293508-5
Correo: jessiflakita.m@hotmail.com
Teléfono móvil: 0995299490

Derecho de Autor

Yo, Morales De la Torre Jessica Alexandra con cédula de ciudadanía N° 172293508-5 en calidad de autora del trabajo de grado **Modelo CANVAS para la Creación del Vivero “VI-VERDE” Parroquia de Cotocollao Quito**, cedo los derechos al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha, para su publicación en el repositorio digital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo a la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 12 de enero del 2023

Atentamente,

Morales De la Torre Jessica Alexandra
172293508-5
jessiflakita.m@hotmail.com
0995299490

Constancia de Aprobación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” Certifico: Que el Trabajo de Investigación **Modelo CANVAS para la Creación del Vivero “VI-VERDE” Parroquia de Cotocollao Quito**, presentado por la estudiante Morales De la Torre Jessica Alexandra de la promoción 1-4TSADQ1, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe. En la ciudad de Quito, a los días del mes de del 2023.

Atentamente,

Romero Montalvo, Humberto W. Fernando
hwromero@tecnologicopichincha.edu.ec
Teléfono móvil: 0986101503
Cédula de identidad: 1702666288

Declaratoria de Responsabilidad

Yo, Morales De la Torre Jessica Alexandra con cédula de identidad 172293508-5 en calidad de egresado de la Carrera de Administración promoción 1-4TSADQ1, declaro que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnólogo en Administración, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, enero 2023

Atentamente,

Morales De la Torre Jessica Alexandra
172293508-5
jessiflakita.m@hotmail.com
0995299490

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedico a DIOS por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado a este momento tan importante de mi formación profesional. Mi hija que es mi motor para lograr todas las metas propuestas.

A mi querido esposo Ismael por siempre estar conmigo apoyándome a través de sus consejos, amor y entereza contribuyo para concluir con esta meta, a prima Mary que siempre me tiene mucha paciencia me ayuda, me guía en este camino que me toco seguir también la comprensión y el apoyo en todo momento

A toda mi familia por siempre estar conmigo en los malos y buenos momentos. A todos los que me supieron ayudar a culminar mi trabajo.

Jessica A. Morales

Agradecimiento

Quiero expresar un sincero agradecimiento, en primer lugar, a Dios por brindarme salud, fortaleza, capacidad y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas. No encuentro palabras para expresar el amor y la gratitud por mi esposo y mi prima, por su fe, su generosidad e incansable ayuda en todo momento, gracias a ellos he llegado a culminar una meta más de mi vida.

A mí querido Instituto Tecnológico Universitario Pichincha por haberme abierto sus puertas, a mis profesores por haberme guiado día a día y haber impartido cada uno de sus conocimientos y sabiduría, a cada una de las autoridades, por permitirme llegar a concluir con esta etapa de mi vida, gracias por la paciencia, orientación y guía en el desarrollo de este trabajo de investigación.

Jessica A. Morales

TÍTULO: Modelo CANVAS para la creación del vivero VI-VERDE parroquia de Cotocollao Quito.

AUTOR: Jessica Alexandra Morales De La Torre

TUTOR: Romero, Humberto

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo la aplicación del Modelo CANVAS para la creación del vivero VI-VERDE el cual se encontrara ubicado en la parroquia de Cotocollao, en este trabajo se utilizará el modelo de negocios que ayudará a encontrar la mejor estrategia para su desarrollo, el método utilizado fue el descriptivo por que se busca atraer la atención, sensación y adquisición de las plantas por parte de las personas, se tomó en cuenta una población de 31.623 personas que conforman la parroquia, para la cual se aplicó una fórmula para poder obtener una muestra normativa de 280 personas hacer encuestadas. El instrumento utilizado fue una encuesta que está conformada de 10 preguntas con alternativa múltiple de respuesta y se la elaboro en formato de Word la cual se imprimió para que las llenen los encuestados, luego se procedió a la tabulación de la información conseguida a través de un análisis cuantitativo por medio de cálculo estadístico con la utilización de tablas de frecuencias y se harán los respectivos gráficos en forma de pastel con los datos para proceder a su respectivo análisis e interpretación de resultados. También se hizo una propuesta aplicando el modelo de negocios CANVAS para poner en funcionamiento nuestro vivero por último se realizaron las conclusiones y recomendación que se llegaron a alcanzar para ver si es factible o no nuestro emprendimiento.

Palabras claves: Modelo, CANVAS, Emprendimiento, Estrategia, Vivero.

Abstract

TITLE: CANVAS model for the creation of the VI-VERDE nursery in the parish of Cotocollao Quito.

AUTHOR: Jessica Alexandra Morales De La Torre

TUTOR: Romero, Humberto

The present investigation had as objective the application of the CANVAS Model for the creation of the VI-VERDE nursery which will be located in the parish of Cotocollao, in this work the business model will be used that will help to find the best strategy for its development, The method used was descriptive because it seeks to attract the attention, sensation and acquisition of the plants by people, a population of 31,623 people that make up the parish was taken into account, for which a formula was applied to obtain a normative sample of 280 people surveyed. The instrument used was a survey that is made up of 10 questions with multiple alternative answers and was prepared in Word format which was printed for the respondents to fill out, then the information obtained was tabulated through a quantitative analysis by means of statistical calculation with the use of frequency tables and the respective pie-shaped graphs will be made with the data to proceed to their respective analysis and interpretation of results. A proposal was also made applying the CANVAS business model to put our nursery into operation. Finally, the conclusions and recommendations that were reached were made to see if our venture is feasible or not.

Keywords: Model, CANVAS, Entrepreneurship, Strategy, Nursery.

Índice general

Certificado del Tutor	II
Declaración de Idoneidad	III
Derecho de Autor.....	IV
Constancia de Aprobación del Tutor	V
Declaratoria de Responsabilidad.....	VI
Dedicatoria.....	VII
Agradecimiento.....	VIII
Resumen.....	IX
Abstract.....	X
Índice general.....	XI
Lista de Figuras.....	XVII
Lista de Tablas	XVIII
Anexos	XIX
Introducción.....	1
1.- Tema.....	2
2.- Planteamiento del Problema	2
2.1.- Características del Problema	2
2.2.- Causas del problema.....	3
2.3.- Pronóstico el Problema.....	3
3.- Formulación del Problema.....	3

4.- Análisis crítico del problema.....	4
5.- Líneas y sub líneas de Investigación	5
6.- Objetivos del Proyecto.....	5
6.1.- Objetivo General.....	5
6.2.- Objetivos Específicos	5
7.- Idea a defender.....	6
8.- Justificación.....	6
9.- Eje de formación.....	8
CAPÍTULO I	9
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9
1.Marco Teórico.....	9
1.1 Modelo CANVAS.....	9
1.1.1 Concepto	9
1.1.2 Creador.....	10
1.1.3 Importancia del modelo Canvas.....	10
1.1.4 Lienzo de modelo de negocio	10
1.1.5 Segmentos del modelo Canvas	11
1.1.5.1 Segmento de mercado.	11
1.1.5.2 Propuesta de valor.....	12
1.1.5.3 Canales.....	12
1.1.5.4 Relación con los clientes.....	13

1.1.5.5 Relación con los clientes.....	13
1.1.5.6 Fuente de ingresos.....	14
1.1.5.7 Recursos claves.....	14
1.1.5.8 Actividades claves	14
1.1.5.9 Asociaciones claves	15
1.1.5.10 Estructura de costes.....	15
1.2 Vivero	16
1.2.1 ¿Qué es un vivero?.....	16
1.2.2 Importancia	16
1.2.3 Elementos primordiales a considerar antes de establecer un vivero.....	16
1.2.4 Reglas importantes a considerar para la ubicación del vivero	17
1.2.5 Ubicación e instalación del vivero	17
1.2.6 Herramientas e insumos que se necesitan para la producción de las plantas en el vivero.....	17
2. Marco Conceptual.....	18
2.1 Abono.....	18
2.2 Almacigar Sembrar	18
2.3 Almaciguera.....	19
2.4 Abonadura y fertilización	19
2.5 Deshierbe	19
2.6 Injerto.....	19
2.7 La remoción	19

2.8 Productividad	20
2.9 Riego	20
2.10 Semilla	20
2.11 Siembra.	20
2.12 Suelo.	20
2.13 Vivero	20
3. Marco Legal	20
3.1.- Constitución de la Republica del Ecuador;.....	21
3.2.- Según el Código de Trabajo.	21
3.3.- Normas ISO 9001 y 14001;.....	21
3.4.- Resolución 0010 – Agrocalidad;	22
4.- Marco Temporo Espacial.....	23
4.1.- Tiempo.....	23
4.2.- Localización.....	23
4.2.1.- Macro Localización	24
4.2.2.- Micro Localización.....	24
CAPITULO II	26
2.1 Diagnostico Situacional	26
2.2 Diseño de la Investigación	27
2.2.1 Enfoque cuantitativo	27
2.2.2 Método Científico	27

2.3 Investigación de campo o diseño de campo.....	27
2.4 Investigación descriptiva	27
2.5 Unidad de análisis	28
2.6 Técnicas de Investigación	30
2.6.1 Encuesta	30
2.6.2 Cuestionario	30
2.7 Análisis y Resultados.....	31
CAPITULO III.....	43
3.1. Diseño de Modelo de Negocio.....	43
4.2 Organigrama de “VI-VERDE” Vivero	45
4.2.1 Misión	45
4.2.2 Visión.....	45
4.2.3 Organigrama Estructural.....	46
4.2.4 Organigrama Funcional de “VI-VERDE” Vivero	46
4.2.5. Diagrama de Distribución del Vivero	50
4.2.5.1. Conocimiento de las Características del Producto.....	51
4.2.6. Matriz de características de línea estándar.....	52
4.2.6.1. Matriz de Características Línea medicinal.....	53
4.2.6.2 Matriz de Características Línea frutal	54
4.2.5.1 Diagrama del Proceso de Producción	58
4.3 Lienzo Canvas.....	59

4.3.1 Preguntas.....	59
4.3.2 Segmento de Mercado.....	66
4.3.3 Propuesta de Valor.....	66
4.3.4 Canales.....	68
4.3.5 Relación con el Cliente	69
4.3.7 Recursos Claves.....	70
4.3.8 Actividades Claves.....	71
4.3.9 Asociaciones Claves	71
4.3.10 Estructura de Costos	72
4.4 Análisis de la Viabilidad del Negocio	72
4.4.1 Flujo de fondos proyectado a los años de operación determinados.....	72
4.4.2 Indicadores Financieros:	73
4.4.2.1 VAN: Cálculo, interpretación del resultado.....	73
4.4.3 Conclusión Evaluación Financiera	74
4.4.4 Recomendaciones	74
4.5 Financiamiento.....	74
5. CONCLUSIONES	76
6. RECOMENDACIONES.....	76
Bibliografía.....	77
8. ANEXOS	79

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Causa y Efecto del Problema</i>	4
Figura 2 <i>Lienzo de modelo de negocio</i>	11
Figura 3 <i>Herramienta para el vivero</i>	18
Figura 4 <i>Ubicación del sito para el Vivero</i>	24
Figura 5 <i>Calles donde va estar ubicado el Vivero</i>	25
Figura 6 <i>Sitio en donde va estar el Vivero</i>	26
Figura 7 <i>Abrir un vivero en el sector de Cotocollao.</i>	31
Figura 8 <i>Espacio para colocar unas plantas</i>	32
Figura 9 <i>Plantas que les gustan más</i>	33
Figura 10 <i>Cuidado a cada una de las plantas</i>	34
Figura 11 <i>Tiempo u ocasiones que adquiere las plantas</i>	35
Figura 12 <i>Frecuencia con las que adquiere</i>	36
Figura 13 <i>Dónde consigue las Plantas</i>	37
Figura 14 <i>Criterio de decisión en el momento de comprar una planta</i>	38
Figura 15 <i>Venta de las plantas</i>	39
Figura 16 <i>Precio a pagar por el producto</i>	40
Figura 17 <i>Organigrama Estructural de VI-VERDE</i>	46
Figura 18 <i>Diseño de la estructura del Vivero</i>	51
Figura 19 <i>Collage Línea de Frutales</i>	55
Figura 20 <i>Collage Línea de cactus</i>	56
Figura 21 <i>Collage Línea de Florales</i>	57
Figura 22 <i>Diagrama de proceso</i>	58
Figura 23 <i>Segmentación de Mercado</i>	59
Figura 24 <i>Relación con el cliente</i>	59

Figura 25 <i>Canales de Distribución</i>	60
Figura 26 <i>Vías de ingreso</i>	61
Figura 27 <i>Propuesta de valor</i>	62
Figura 28 <i>Estructura de costos</i>	63
Figura 29 <i>Actividades claves</i>	64
Figura 30 <i>Recursos Clave</i>	65
Figura 31 <i>Asociados Clave</i>	65

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Líneas y sub líneas de Investigación</i>	5
Tabla 2 <i>Eje de formación</i>	8
Tabla 3 <i>CÁLCULO DE LA MUESTRA</i>	28
Tabla 4 <i>Abrir un vivero en el sector de Cotocollao</i>	31
Tabla 5 <i>Espacio para colocar unas plantas</i>	32
Tabla 6 <i>Plantas que les gustan más</i>	33
Tabla 7 <i>Cuidado a cada una de las plantas</i>	34
Tabla 8 <i>Tiempo u ocasiones que adquiere las plantas</i>	35
Tabla 9 <i>Frecuencia con las que adquiere</i>	36
Tabla 10 <i>Dónde consigue las Plantas</i>	37
Tabla 11 <i>Criterio de decisión en el momento de comprar una planta</i>	38
Tabla 12 <i>Venta de las plantas</i>	39
Tabla 13 <i>Precio a pagar por el producto</i>	40
Tabla 14 <i>Análisis de resultados</i>	41
Tabla 15 <i>Modelo de Negocio</i>	43
Tabla 16 <i>Estructura de Funciones Gerente General</i>	46

Tabla 17 <i>Estructura de Funciones Cuidador del Vivero</i>	47
Tabla 18 <i>Estructura de Funciones Vendedor</i>	48
Tabla 19 <i>Estructura de Funciones Secretaria</i>	49
Tabla 20 <i>Estructura de Funciones Mensajero</i>	50
Tabla 21 <i>Características de línea estándar</i>	52
Tabla 22 <i>Características Línea medicinal</i>	53
Tabla 23 <i>Características Línea frutal</i>	54
Tabla 24 <i>Propuesta de valor</i>	66
Tabla 25 <i>Canales</i>	68
Tabla 26 <i>Relación con el Cliente</i>	69
Tabla 27 <i>Las fuentes de Ingreso</i>	69
Tabla 28 <i>Recursos Claves</i>	70
Tabla 29 <i>Actividades claves</i>	71
Tabla 30 <i>Asociaciones Claves</i>	71
Tabla 31 <i>Estructura de Costes</i>	72
Tabla 32 <i>Flujo de fondos</i>	72
Tabla 33 <i>Préstamo otorgado por el Banco</i>	75

Anexos

Anexo 1 <i>Formato de Encuesta</i>	79
Anexo 2 <i>Informe de URKUT</i>	81

Introducción

El presente trabajo trata acerca del Modelo CANVAS para la creación del vivero VI-VERDE parroquia de Cotocollao Quito, este emprendimiento se lo realiza con el fin de hacer conocer a la población la importancia de tener una planta en su hogar, el cuidado y el mantenimiento que se debe hacer para que esta florezca y en un futuro de frutos si así lo amerita.

Se puede decir que todas las familias cuentan con un espacio ya sea este un patio, jardín o cualquier lugar donde colocar una planta, con esto se puede decir que al colocar una planta en su casa llevan un pedazo de la naturaleza y aprende amarla y a cuidarla.

Hoy en día la creación de los viveros se la realiza con el fin de sembrar y cultivar una planta para poder alegrar cada uno de los espacios de un hogar, además se crea este emprendimiento para generar recursos que en un futuro servirán para engrandecer el negocio.

Esta investigación se encuentra dividida en tres capítulos en los cuales se detallan minuciosamente cada uno de los esquemas a seguir y que serán explicados a continuación:

En esta parte se habla acerca del tema hacer desarrollado, el planteamiento del problema, la formulación, los objetivos, las líneas de investigación, la idea a defender, se le realizara la justificación es decir por qué se eligió este tema, su importancia y su trascendencia que conlleva su respectivo estudio,

Capítulo I: aquí se hará la fundamentación teórica la cual se basa en una investigación en diferentes fuentes bibliográficas que sirve de guía para el desarrollo de este trabajo, así como también se revisaran otros trabajos similares para tomar como ejemplo de estudio; otro punto que se enmarca aquí es hacer un marco conceptual de los

conceptos más relevantes para nuestra investigación, se habla acerca de la fundamentación legal la cual se debe cumplir de acuerdo a las leyes y reglamentos vigentes y por último un marco Temporo especial.

Capitulo II: en esta parte del trabajo de investigación se realizará el diagnostico de nuestra empresa en el cual constara la metodología que va hacer utilizada, la población que vamos a investigar y de esa sacar una muestra la cual nos ayudara con las encuestas para la obtención de los datos requeridos para nuestro trabajo, la encuesta que se utilizará se la realizo en un formato de Word la cual conta de 10 preguntas con diferentes alternativas de respuestas, luego se pasará al análisis e interpretación de datos para ver si es viable o no la creación de nuestro vivero.

Capitulo III: en este punto se va a desarrollar la propuesta del emprendimiento es decir aquí se enmarcará cada uno de los conocimientos acerca de las plantas su cuidado y tratamiento, también como se va a financiar la puesta en marcha del vivero, por último, se realizarán las conclusiones y recomendaciones a las que emos llegado y ver si es factible o no la creación del vivero.

1.- Tema

Modelo CANVAS para la creación del vivero VI-VERDE parroquia de Cotocollao Quito.

2.- Planteamiento del Problema

2.1.- Características del Problema

- Dificultades para poner en marcha el emprendimiento por falta de recursos económicos y no hay un correcto trabajo en equipo.
- La motivación para la creación del vivero es inadecuada porque no cuenta con el personal suficiente y podría existir una baja producción de las plantas.

- El clima laboral es deficiente porque no se ponen de acuerdo en cada una de las cosas que se van a realizar.

2.2.- Causas del problema

- Falta de viveros que no cuentan con todo lo necesario de acuerdo a la demanda de los clientes. es decir, en viveros solo venden plantas como los cactus en otras solo plantas de sombra,
- El personal es inadecuado para el tratamiento y cuidado de las plantas.
- Falta de capital, personal, infraestructura.
- Infraestructura pequeña ya que se cuenta con un terreno con espacio reducido, lo cual hace que no se cumpla con lo establecido por las leyes.
- No cuenta con un financiamiento adecuado lo cual hace que no se pueda abastecer oportunamente las necesidades de los clientes y se dé una insatisfacción en el mercado.
- Mala atención a los clientes por la falta de personal lo cual conlleva a un incumplimiento con las entregas de las plantas y productos para su cuidado esto va a dar como resultado una rentabilidad baja

2.3.- Pronóstico el Problema

La baja rentabilidad se da por causa de no contar con un presupuesto adecuado ya que al solicitar un crédito lo rechacen lo cual conlleva a que no se pueda contar con una infraestructura adecuada, así también no se puede contratar el personal adecuado para el cuidado de las plantas y esto da como resultado el incumplimiento con las entregas a su vez refleja una insatisfacción de los clientes.

3.- Formulación del Problema

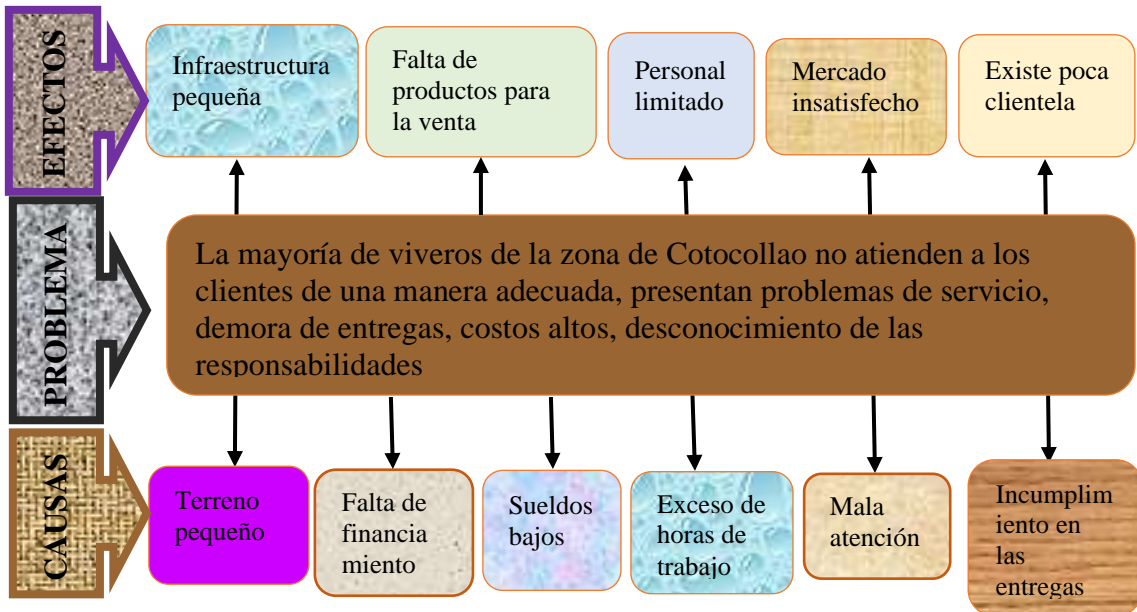
El no contratar con el personal adecuado para el cuidado y tratamiento de las plantas en el vivero hace que exista una insatisfacción de los clientes y además que no

se cumpla con las entregas de los pedidos a tiempo, ya que el personal con el que cuenta el vivero tiene que hacer el doble de trabajo.

4.- Análisis crítico del problema

Figura 1

Causa y Efecto del Problema



Nota: en la figura se detallan las causas y los efectos que existen en el planteamiento del problema. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

5.- Líneas y sub líneas de Investigación

Tabla 1

Líneas y sub líneas de Investigación

TEMA DE INVESTIGACIÓN	MODELO CANVAS PARA LA CREACIÓN DEL VIVERO “VI-VERDE” PARROQUIA DE COTOCOLLAO QUITO
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Aumentar y fortalecer cada una de las oportunidades laborales a través de la creación e implementación de nuevos emprendimientos.
SUB LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Instaurar nuevas oportunidades laborales entre las familias con la creación de emprendimientos utilizando capitales propios y haciendo un trabajo en equipo entre sus miembros.• Administrar cada uno de los recursos de la manera más adecuada para poder generar rentabilidad futura con la venta de productos.• Mantener un clima y una cultura organizacional adecuada para poder sacar adelante el emprendimiento, así también poder brindar un servicio que satisfaga cada una de las necesidades de los clientes.

Nota: en la tabla se detallan cada una de las líneas de investigación a seguir con el desarrollo de este trabajo. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

6.- Objetivos del Proyecto

6.1.- Objetivo General

Crear el Vivero VI-VERDE utilizando el modelo de negocios CANVAS para la Parroquia de Cotocollao Quito.

6.2.- Objetivos Específicos

- Elaborar un marco teórico para la creación del vivero VI-VERDE a través del modelo CANVAS para la Parroquia de Cotocollao Quito.
- Establecer un diagnóstico situacional en la creación del Vivero VI-VERDE por medio del Modelo CANVAS para la Parroquia de Cotocollao Quito.
- Desarrollar la propuesta planteada para la creación del Vivero VI-VERDE por medio del Modelo

7.- Idea a defender

El beneficio de realizar el Modelo CANVAS en el Emprendimiento de la Creación del Vivero “VI-VERDE” Parroquia de Cotocollao Quito, es tratar de utilizar un modelo de negocios basado en buscar estrategias las cuales ayudaran en las generaciones de empleos y con ello podemos decir que se podrá tener una rentabilidad acorde a lo planteado.

La elaboración de este emprendimiento basado en los lineamientos del proyecto será el apoyo adecuado para fortalecer el objetivo general del mencionado trabajo.

8.- Justificación

La presente investigación tiene como propósito buscar la solución al problema que se ha venido desarrollando como es la rentabilidad baja que se da por no tener un personal adecuado para el cuidado y tratamiento de las plantas en el vivero ya que el recurso humano es el fundamental en la creación de un emprendimiento, ya que es quien mueve a la empresa sin dejar a un lado el recurso económico que viene hacer un complemento para llegar a tener los resultados deseados.

En este trabajo de investigación la principal motivación es realizar el Modelo de negocios CANVAS para la creación el vivero VI-VERDE con el fin de buscar la mejor estrategia en el emprendimiento que se desea poner en marcha, además ayuda a ordenar cada una de las ideas al momento de desarrollar el modelo además se podrá saber quiénes van hacer nuestros clientes y a quien va dirigido es decir tenemos que buscar los medios para nuestra propaganda, la propuesta de valor que se busca con este trabajo es tratar de cubrir las necesidades de nuestros posibles clientes y brindarles un producto y servicio de calidad. aquí se debe tener en cuenta el cómo vamos a distribuir el producto y con ello podremos relacionarnos directamente con los clientes.

En esta investigación se pondrá en práctica cada uno de los conocimientos académicos adquiridos en la carrera de Administración, sobre todo en las materias de marketing para emprendedores, estadística, planificación estratégica, administración de talento humano, metodología de la investigación y desarrollo de emprendimientos, métodos y técnicas de estudio; ya que ayudaran en el desarrollo y culminación del presente trabajo y en el aspecto profesional.

Este proyecto se fundamenta en fomentar una agricultura y cuidado de las plantas y con ello el cuidado del ambiente sin dejar a un lado la conservación del agua y el suelo, es importante crear un vivero siguiendo cada uno de los parámetros existentes con la finalidad de mejorar el entorno de los jardines de las viviendas, empresas y lugares que ameriten ser llenos de vida a través de las plantas.

La creación de este vivero se lo hace con el fin de buscar ingresos económicos para la sostenibilidad familiar y por amor a cada una de las plantas y que ellas pueden llegar alegrar cada uno de los lugares en donde se las coloque con sus diferentes flores, frutos, también existen las plantas medicinales que ayudan a curar dolores del ser humano y con esto no se deja a un lado las formas que tenían nuestros ancestros para curarse de sus dolores.

El presente trabajo de la creación del vivero se lo realiza con guía y ayuda de diferentes personas ya que se lo debe diseñar de una forma adecuada pensando en sus instalaciones, los materiales que se deben utilizar, el personal que va estar al frente para atender a los clientes, tener frecuentemente capacitaciones, así como también se debe buscar recursos económicos y no se puede dejar a un lado las leyes que rigen a este tipo de emprendimientos.

9.- Eje de formación

Tabla 2

Eje de formación

MATERIAS INTEGRADORAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ESTUDIO	Emite criterios con suficientes elementos de causa y argumentos apropiados a las circunstancias. Maneja la información con propiedad. Valora el estudio y técnicas de comprensión, analiza y aplica con sentido crítico y reflexivo los métodos y técnicas de estudio, así como el desarrollo de la lectura confrontativa con la base del conocimiento que el estudiante posee para el desarrollo eficaz y eficiente de macro-habilidades complejas que lo involucre en el quehacer científico de un estudiante de nivel superior.
ESTADÍSTICA	<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar una variación de una variable y aplicar tablas de frecuencias. • Aplicar cuadros y curvas de frecuencia • Realizar ejercicios con las medidas de tendencia central y dispersión. • Conocer los conceptos básicos y manejar la población, muestreo en una investigación
ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANO	Maneja adecuadamente los conceptos de la administración del Talento Humano dentro de las organizaciones. Diagnostica la situación de los procesos de administración de Talento Humano en cualquier organización. Identifica las soluciones posibles a las diferentes situaciones que se enfrente el área de Talento
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS	Elaborar el Proyecto de Investigación Científica y Tecnológica infiriendo conclusiones que respondan a una problemática concreta de la realidad de las empresas economía popular y solidaria, elaborando un informe final y el desarrollo de emprendimientos
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	Delinear el plan estratégico en las empresas de economía popular y solidaria, micro y pequeña empresa, para formular estrategias competitivas en diferentes situaciones empresariales.
MARKETING PARA EMPRENDEDORES	Elaborar estrategias de mercadeo en su empresas meta seleccionado y aplicando el proceso de mercadotecnia y utilizando estrategias con sentido crítico y creativo, considerando un escenario cambiante y altamente competitivo en Micro y pequeñas empresas, talleres artesanales y de la economía popular y solidaria

Nota: Datos obtenidos del Micro currículo. Consejo de Educación Superior. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.Marco Teórico

1.1 Modelo CANVAS

1.1.1 Concepto

El modelo de negocio Canvas es una plantilla de gestión que ayuda analizar de una manera sencilla los diferentes componentes que forman parte de una idea de negocio. Está compuesto por nueve elementos que se encuentran interconectados entre sí, que permite realizar cambios antes de ejecutar un proyecto, garantizando a los negocios éxito y rentabilidad. (Santandreu & Canos, 2014)

“El modelo de negocios Canvas se maneja para pasar de idea a proyecto y plasmar en un modelo empresarial. Es un esquema *vivo*, es decir, que se va modificando. Según se desarrolla el proyecto surgen nuevas ideas” (Carazo, 2017). Basado a en la cita, se refiere a que: Canvas ayuda a crear y definir un diseño de negocio que resulte innovador, permite describir, analizar y modificar los distintos elementos de una organización en el transcurso de la planificación del proyecto. De la misma manera, otros autores refieren a conceptos enunciados como “Canvas permite tener una fácil comprensión de la idea de negocio, analizar cada segmento posibilita detectar los errores y corregirlos a tiempo, de esta forma reducir las posibilidades de fracaso y los costos que ello implicaría” (Santandreu & Canos, 2014). Otro claro ejemplo es:

Esta herramienta ayuda a entender el modelo de negocio de forma rápida y sus nueve aspectos fundamentales de la empresa. Se desarrolla de una forma rápida y con el mínimo coste. El objetivo es lograr desarrollar un modelo ágil, que permita reducir el

tiempo en el desarrollo de iniciativas empresariales, para finalmente generar productos y servicios que cumplan con las necesidades de los clientes y aporten valor (Herrera, 2015)

1.1.2 Creador

La argumentación referenciada sobre el creador del Modelo de negocio Canvas, enfatiza que “Alexander Osterwalder es el creador del Business Modelo Canvas, nació en Suiza, en 1974, está apreciado como uno de los mayores expertos en innovación empresarial” (Larriba, 2016). Creó uno de los modelos más fáciles y prácticos, el cual ayuda en el análisis de una idea de negocio. Visualiza y organiza los componentes antes de ponerlo en práctica y es utilizado principalmente en emprendimientos por su fácil aplicación y entendimiento. Tiene la cualidad de observar puntos de innovación y de mejora continua.

1.1.3 Importancia del modelo Canvas

Empleando las palabras de (Batista, 2019) “Los beneficios que obtiene la empresa o emprendedor, parten desde el acrecentamiento de la capacidad de observación, hasta formar un enfoque de la idea desde distintas perspectivas para lograr aumentar el valor de la misma” (pág. 67). Esto permite a la empresa tener una visión global e innovadora para entrar en el mercado, afianzarse y proyectarse a futuro. “Es útil como apoyo para la gestión, permite corregir errores en la planificación del Proyecto” (Alcalde, 2017)

1.1.4 Lienzo de modelo de negocio

(Osterwalder & Pigneur, 2016) indica que “es una herramienta parecida al lienzo de un pintor donde bosquejan modelos de negocio nuevos o existentes. Se trata de un instrumento práctico, fomenta la comprensión, el debate, la creatividad y el análisis” (pág. 23). Establecido en esta máxima, entender que el lienzo del Modelo Canvas es la

visión integradora del conjunto, siendo guía que se adapta a cualquier emprendedor para analizar y revisar habitualmente su proyecto.

Figura 2

Lienzo de modelo de negocio



1.1.5 Segmentos del modelo Canvas

El modelo Canvas es un instrumento para el análisis de ideas de negocio, está compuesto por nueve segmentos que a continuación se describe:

1.1.5.1 Segmento de mercado.

Para la empresa es importante delimitar cuál va a ser su público objetivo y para esto se debe recolectar y analizar información de modo apropiada y efectiva; que permita conocer los requerimientos de los clientes a los cuales está dirigido el producto o servicio. Lo que puntualiza (Santandreu & Canos, 2014) en su texto:

Los clientes son la parte esencial de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes (rentables), y es posible aumentar la satisfacción de los mismos agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes. Un modelo de negocio puede concretar uno o varios segmentos de mercado, ya sean grandes o pequeños. Las empresas deben escoger una decisión fundamentada, los segmentos a los que se van a dirigir y, al mismo tiempo, los que no tendrán en recuento. (pág. 87)

1.1.5.2 Propuesta de valor.

La propuesta de valor es un plus que la empresa le otorga al cliente para que elija su producto o servicio sobre el de la competencia. Las diversas propuestas de valor que oferten las compañías forjarán que el cliente se incline por un producto o por otro; al momento de salir al mercado en la búsqueda de la mejor opción para satisfacer sus necesidades. (Osterwalder & Pigneur, 2016) menciona que:

La propuesta de valor es el elemento que crea que un cliente se pondere por una u otra empresa; su propósito es enmendar un problema o satisfacer una necesidad del cliente. Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un fragmento de mercado determinado. En este sentido, la oferta de valor constituye una cadena de ventajas que una empresa ofrece a los clientes. (pág. 53).

1.1.5.3 Canales

“Los canales de aviso, comercialización y venta crean el contacto entre la empresa y los clientes” (Osterwalder & Pigneur, 2016). Esto incorpora el primer contacto con el cliente a través de medios acordes al segmento de mercado. Desde la misma posición argumenta que:

Estos son puntos de aproximación con el cliente que desempeñan un papel primordial en su experiencia. Los canales poseen, entre otras, las siguientes funciones:

1.1.5.4 Relación con los clientes

- Proporcionar el conocimiento a los clientes de los productos y servicios de la empresa.
- Contribuir con los clientes a evaluar la propuesta de valor de una empresa.
- Consentir que los clientes comprendan los productos y servicios específicos.
- Facilitar a los clientes una propuesta de valor.
- Brindar a los clientes un servicio de atención posventa. (pág. 56).

En conclusión, los canales son importantes para tener una buena comunicación entre el cliente y la empresa. Da a conocer los servicios y productos que ofrecen y resuelve las inquietudes que tengan los usuarios. Es importante, desarrollar medios de fácil acceso donde cuenten con todo lo necesario y no tengan dificultades al momento de acceder a ellos.

1.1.5.5 Relación con los clientes

Una buena o mala relación con los clientes, determina que una empresa crezca o se extinga. Para ello es necesario que, todo el equipo esté bien preparado, desde los directivos que investigan las estrategias para la captación de nuevos clientes, hasta los colaboradores que están en contacto directo con el cliente para conseguir su fidelización. Desde el punto de vista de (Osterwalder & Pigneur, 2016).

“Las organizaciones deben delimitar el tipo de trato a establecer con cada segmento de mercado, la relación puede ser personal o automatizada. Están basadas en los fundamentos siguientes:

- Atracción de clientes
- Fidelización de los clientes.

- Motivación de las ventas” (pág. 61).

1.1.5.6 Fuente de ingresos

Los clientes son los principales contribuyentes en el centro de un modelo de negocio, los ingresos son el sustento. La organización puede establecer una o varias fuentes de ingresos en cada segmento de mercado, (...) con mecanismo de fijación de recaudación diferente como: lista de precios fijos, negociaciones, subastas, según mercado, según volumen o gestión de la rentabilidad (Osterwalder & Pigneur, 2016).

Crear que la respectiva ganancia económica es la razón principal por la que se establece un negocio, es necesario constituir estrategias y crear varios métodos de cobro que se ajusten a la necesidad del cliente, esto permite que los ingresos por transacción sean de manera rápida.

1.1.5.7 Recursos claves

Para poder dar un servicio de calidad se demanda de recursos personalizados al giro de negocio. Esto permite a la organización crear y ofrecer una propuesta de valor, y así consolidar su posición en el mercado manteniendo las relaciones con los clientes.

Razón fundamentada para agregar:

Consienten a las organizaciones a establecer y ofrecer una propuesta de valor, para conseguir los mercados, instaurar relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos. Cada modelo de negocio requiere recursos clave diferentes como: físicos, económicos, intelectuales o humanos. La empresa puede tener en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios. (Osterwalder & Pigneur, 2016).

1.1.5.8 Actividades claves

La atención al cliente, una apropiada administración de los recursos, entre otras; son actividades que se deben realizar de forma prioritaria para el adecuado

funcionamiento de la organización y para el adelanto a corto, mediano y largo plazo. (Osterwalder & Pigneur, 2016) conceptualiza de la siguiente manera: “Son acciones importantes que comienza una empresa para tener éxito, son necesarias para establecer y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos” (pág. 55).

1.1.5.9 Asociaciones claves

Las organizaciones crean alianzas para mejorar sus modelos de negocio, comprimir riesgos o alcanzar recursos. Se puede hablar de cuatro tipos de agrupaciones:

- Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
- Lucha: de asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.
- Joint Ventures: (empresas conjuntas) para crear nuevos negocios
- Relaciones cliente-proveedor para avalar la fiabilidad de los suministros”

(Osterwalder & Pigneur, 2016).

Es importante identificar los socios que contribuyen al cumplimiento de la propuesta de valor. Comparten recursos e intereses para mejorar los servicios, se debe valorar y respetar la colaboración y las alianzas para conseguir el éxito.

1.1.5.10 Estructura de costes

Estructura de costes es la repartición del monto total de dinero que requiere una empresa para producir un bien o servicio y obtener los permisos legales necesarios para el funcionamiento de la entidad. Como plantea (Osterwalder & Pigneur, 2016)

La creación, la cancelación de valor, el sustento de las relaciones con los clientes y la generación de ingresos tienen un coste. Una vez que se han determinado los recursos, las actividades y las agrupaciones clave son relativamente fáciles de calcular. Algunos modelos de negocio implican más costes que otros. (pág. 76).

1.2 Vivero

(Ministerio del Ambiente, 2014)

Proviene del latín vivarium, el vivero es un establecimiento agronómico donde se cultivan, germinan y maduran todo tipo de plantas y plántulas. El vivero, es una parte donde se crían diversas clases de especies vegetales, utilizando para ello los métodos de propagación de plantas conocidos. El Vivero cuenta con un conjunto de instalaciones, maquinarias, equipos, herramientas e insumos, para un funcionamiento eficiente y así lograr con ello una producción de alta calidad.

1.2.1 ¿Qué es un vivero?

Se describe como un área de terreno destinado a la producción y reproducción de plantas forestales, ornamentales frutales y medicinales, que serán utilizadas en plantaciones forestales y agroforestales.

1.2.2 Importancia

La producción de una planta es un arte que ayuda al cuidado de la vida y nos garantiza tener plántulas de calidad y adaptadas a nuestra comunidad, lo que contribuirá a formar plantaciones y sistemas agroforestales sostenibles, cambiando nuestro entorno natural, constituyéndose en una fuente de ingreso económico para la familia o comunidad.

1.2.3 Elementos primordiales a considerar antes de establecer un vivero

- Realizar un estudio de la factibilidad
- El trabajador debe orientar en el mercado, no en el producto
- Debe buscar las diferentes fuentes de financiamientos disponibles
- Crear un nivel técnico del personal disponibles en la zona donde se instalará
- Establecer las estructuras previsibles de costos

1.2.4 Reglas importantes a considerar para la ubicación del vivero

- Factores edafoclimáticos adecuados al proyecto
- Facilidades de vías de accesos
- Disponibilidad y calidad de agua.
- Debe disponer de energía eléctrica, teléfono, internet, etc.
- Comprobar las leyes Nacionales y municipales sobre las limitaciones de construcción
- Tener la respectiva disponibilidad de terreno para futura ampliación
- Cercanía a los principales mercados, puertos y aeropuertos.

1.2.5 Ubicación e instalación del vivero

Para la ejecución de un vivero, lo más primordial es buscar la ubicación del mismo, el terreno puede ser comunal o prestado a la organización, este lugar donde se instalará el vivero debe reunir las siguientes condiciones.

- 1) Contar con la suficiente cantidad agua, durante todo el año y de buena calidad para impedir contaminación de las plántulas producidas.
- 2) El espacio del vivero debe estar protegida por una cerca si se encuentra en un lugar abierto.
- 3) El invernadero o vivero debe estar junto a las viviendas para el cuidado del mismo.
- 4) Corresponderá contar con vías de acceso para el transporte de personas, materiales herramientas, plantas e insumos.
- 5) La ubicación de las platabandas, semilleros y umbráculos deberán estar orientados en sentido este - oeste para aprovechar la luz solar.

1.2.6 Herramientas y los insumos que se necesitan para la producción de las plantas en un vivero.

- 1) **Herramientas:** los principales implementos que se necesitan son: la pala recta, estacas, tijeras de podar, cordel o piola, pico, fundas, zaranda, regadera, flexómetro, sarán, carretilla, bomba de mochila, segueta, manguera para el riego, azadón, machete, varillas o tiras de madera para arcos, entre otras.

Figura 3

Herramienta para el vivero



2) **Insumos:** los insumos con los que debe contar un vivero son: semillas, estacas, esquejes, abono orgánico, arena de río, tierra negra y productos fitosanitarios. Una vez elegido el terreno donde se implementará el vivero, se debe realizar una limpieza y nivelación del mismo, que será dividido en cuatro secciones para las siguientes actividades.

- 1.) La preparación de sustrato.
- 2.) La elaboración de abonos orgánicos.
- 3.) El área de germinación.
- 4.) El área de crecimiento (Repique y Adaptación)

2. Marco Conceptual

2.1 Abono

Material Vegetal y animal descompuesto que se utiliza para fertilizar el suelo.

2.2 Almacigar Sembrar

Distribuir las semillas uniformemente sobre una superficie debidamente condicionada.

2.3 Almaciguera

Lugar o depósito debidamente acondicionado, donde se siembran (almacigan) las semillas para su germinación.

2.4 Abonadura y fertilización

El abono y los fertilizante se aplican una vez que las plantas presenten cada uno de los síntomas de deficiente en cuanto se refiere a los nutrientes como son la caída y amarillamiento de las hojas ahí es cuando se aplica cada uno de estos químicos, como ejemplo la utilización de viales.

2.5 Deshierbe

Aquí se debe sacar todas las plantas malas es decir la mala hierba que roba cada uno de los nutrientes de las plantas esto se lo hace con un riego de agua 1 a 2 horas antes de esta actividad.

2.6 Injerto

Es un método de propagación vegetativa artificial de los vegetales en el que una porción de tejido proviene de una planta. Parte de una planta con una yema o más, que aplicada a otra planta se suelda con ella. En un injerto se mantiene la edad del individuo, y es la parte apical la que manda en crecimiento.

2.7 La remoción

Se lo realiza con cada una de las plantas que se encuentran sembradas ya sea en macetas o en fundas se debe remover la tierra y con ello se debe efectuar la poda de raíces y así contribuir a la lignificación de las plántulas.

2.8 Productividad

Se define como “una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos y denota la eficiencia con la cual los recursos -humanos, capital, conocimientos, energía, etc.- son usados para producir bienes y servicios en el mercado”. (Levitan, 1984).

2.9 Riego

- a) Se lo debe realizar con una frecuencia y cantidad de agua dependiendo de la especie, esta actividad se debe realizar preferentemente en la mañana.
- b) El riego de los semilleros debe realizar con regadera, controlar que la humedad sea suficiente para la germinación de las semillas.

2.10 Semilla

Parte del fruto de una planta, que la reproduce cuando germina.

2.11 Siembra.

Acción de colocar semillas sobre un sustrato en forma manual o mecánica, las que posteriormente se transformarán en plantas.

2.12 Suelo.

Superficie de la tierra. Tierra considerada en relación a sus cualidades productivas. Es una masa natural formada por elementos minerales y materia orgánica en descomposición, agua y aire en diferentes proporciones.

2.13 Vivero

Lugar donde se siembran semillas de los árboles para producir plantas destinadas a formar bosques.

3. Marco Legal

El presente trabajo de investigación se basa en un marco legal en donde como las principales leyes que lo rigen son:

3.1.- Constitución de la Republica del Ecuador;

“**Art.16.-** de acuerdo a este artículo se puede decir que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

La comunicación es libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

“**Art.18.-** se menciona que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Indagar, recibir, comerciar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

“**Art.20.-** se refiere a que: el Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación”(Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

3.2.- Según el Código de Trabajo.

“**Art.42.** Obligaciones del empleador. - Son obligaciones del empleador: Tratar a los trabajadores con el respectivo respeto, no maltratarlos de palabra o de obra” (Congreso Nacional, 2012).

3.3.- Normas ISO 9001 y 14001;

(R. Frost, 2012)

ISO 9001 favorece a las organizaciones a efectuar un sistema de gestión de la calidad. ISO 14001 refuerza la implementación de un sistema de gestión ambiental.

Gestión de la Calidad: La calidad se refiere a cada una de las particularidades inherentes o propias de un bien o servicio que son requeridas por el cliente. La gestión de la calidad representa lo que la empresa hace para: asegurar que sus productos satisfacen los requisitos de calidad de los clientes y procurar la mejora continua. cumplir con las regulaciones y requisitos aplicables a dichos productos.

Gestión ambiental: ISO 14001 es la regla para la gestión ambiental. Esto quiere decir que la empresa: Empequeñece los efectos dañinos causados por sus actividades en el ambiente, Está conforme con los requerimientos regulatorios aplicables, y Procura la mejora continua de su desempeño ambiental.

Beneficios de ISO 9001 e ISO 14001

- Proporcionar aprobación de experto internacional sobre el estado del arte de las prácticas para la gestión de la calidad y ambiental.
- Expresión habitual para tratar con clientes y proveedores en el mundo, facilitando el comercio.
- Aumentar la eficacia y eficiencia.
- Guía para la mejora continua.

3.4.- Resolución 0010 – Agrocalidad;

Artículo 1.- Aprobar el "MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL CONTROL DE CENTROS DE PROPAGACIÓN DE ESPECIES VEGETALES",

Artículo 2.- Las disposiciones establecidas en el manual enunciado en el artículo anterior son aplicables a:

- a) Material vegetal de propagación
 - Plantas in vitro

- Plantas
 - Semilla botánica
 - Esquejes sin raíz y con raíz
 - Estacas sin raíz y con raíz
 - Cormos
 - Bulbos
 - Tubérculos
- b) Áreas de producción de material vegetal de propagación
- Huertas productoras de plantas madre
 - Laboratorios de micropropagación
 - Viveros
 - Depósitos de plantas

4.- Marco Temporo Espacial

4.1.- Tiempo

En el presente proyecto se delimitará un tiempo más o menos de 1 año, es decir 6 meses para poderlo ejecutar y los otros 6 meses no servirá para poder hacer una retroalimentación en su proceso.

4.2.- Localización

El Vivero “VI-VERDE” se encuentra localizado en:

Provincia: Pichincha

Ciudad: Quito

Cantón: Quito

Sector: Norte

Barrio: Cotocollao

Calle: Av. La Prensa entre Unión y Progreso/Alfareros

Referencia: Edificio de MEGAMARKET EL MOLINO

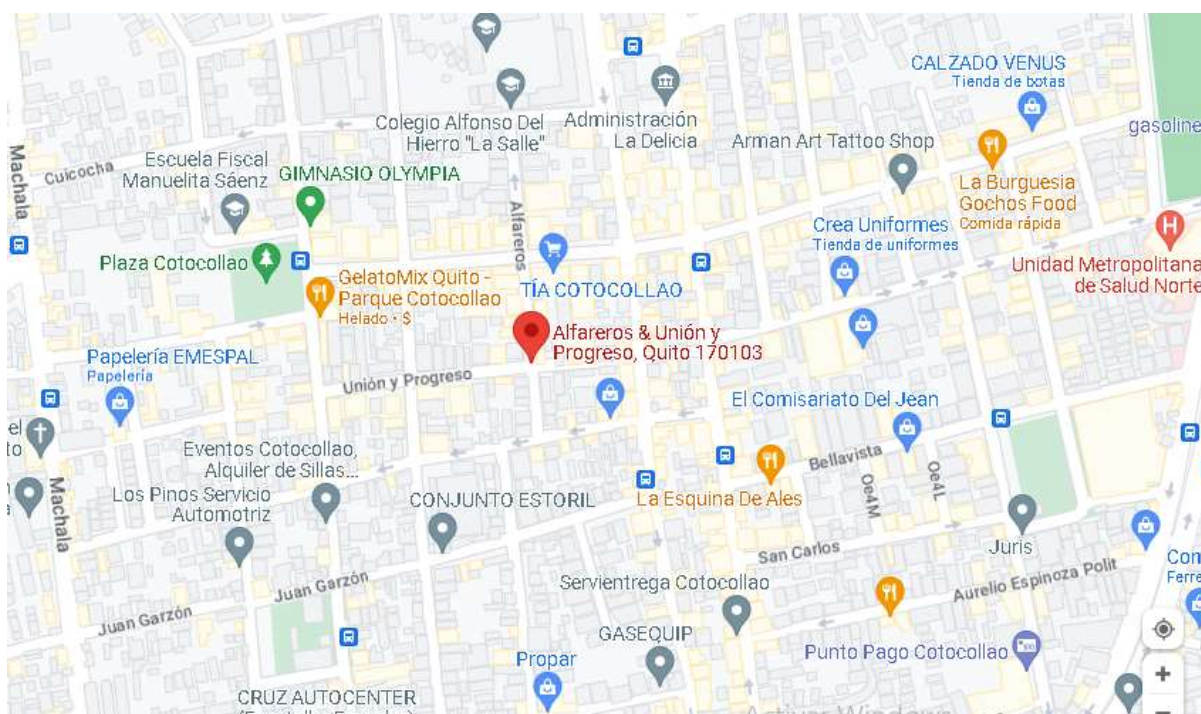
Nombre del Vivero: VI-VERDE

4.2.1.- Macro Localización

El Vivero “VI-VERDE” se va encontrar ubicado en la ciudad de Quito en el sector del norte, en el barrio Cotocollao, el cual se encuentra delimitado por los barrios Bellavista Alta, El Triunfo.

Figura 4

Ubicación del sitio para el Vivero



Nota: Macro localización del sector Google Maps, Investigadora Morales, J. febrero 2023.

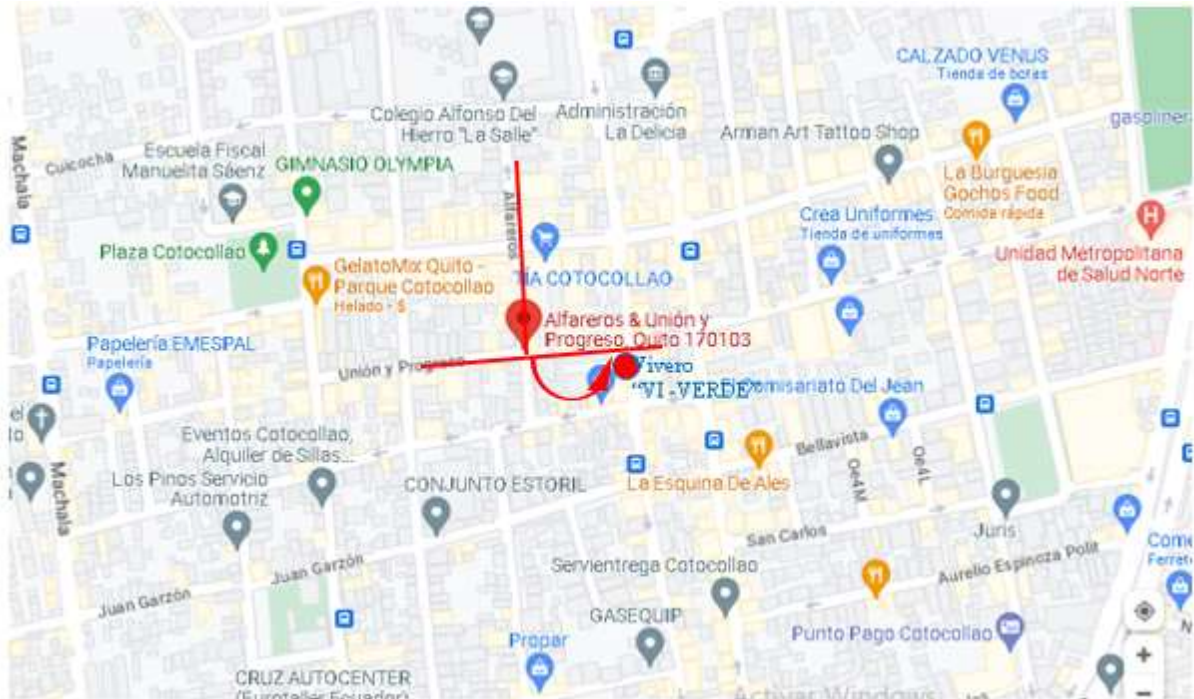
4.2.2.- Micro Localización

El Vivero VI-VERDE se encuentra ubicado en la avenida de la Prensa entre las calles Alfareros & Unión y Progreso, el lugar es el patio de una casa de color blanco de

dos pisos y el cerramiento es de color celeste tiene un portón negro y una puerta pequeña de color azul.

Figura 5

Calles donde va estar ubicado el Vivero



Nota: Micro localización del sector Google Maps. Investigadora Morales, J. febrero 2023

Figura 6

Sitio en donde va estar el Vivero



Nota: Fotografía de la casa. Investigadora Morales Jessica febrero 2023

CAPITULO II

2.1 Diagnostico Situacional

El Trabajo de investigación se basa en el método cuantitativo ya que la información se la realizara a través de la recolección de datos, porque se basa en una seri de cálculos numéricos y estadísticos los cuales van arrojar resultados exactos. A través del Método científico se realizó una variedad de procedimientos y actividades relacionadas al proyecto. Para la elaboración del este proyecto se realiza una investigación de campo en la Parroquia de Cotocollao, la investigación descriptiva permite obtener información del qué, cómo, cuándo y dónde, es decir sin dar la opción al porque, con esto nos ayuda a describir la problemática planteada, también se utilizó la técnica de la encuesta que se la realizo a 280 personas con un cuestionario de 10 preguntas que se hizo en formato de Word y que se les realizó presencialmente sirvieron como recolección de datos.

2.2 Diseño de la Investigación

2.2.1 Enfoque cuantitativo

“La investigación cuantitativa, se refiere a lo empírico- co analítico, racionalista o positivista es decir es el que se basa en los aspectos numéricos para investigar, analizar y comprobar información y datos” (Suarez, 2018). la misma que registra datos reales de los potenciales clientes que requerirán los servicios del vivero.

2.2.2 Método Científico

“Se basa en un conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se utilizan para expresar y solucionar problemas de investigación” (Arias, 2012), es decir, el método científico es la vía o el camino que nos permite llegar a un fin o conseguir un objetivo a través de técnicas y procedimientos ordenados.

2.3 Investigación de campo o diseño de campo.

“La investigación de campo se refiere a la recolección de datos claramente de las personas investigadas, o de la realidad donde ocurren los acontecimientos, sin manejar o controlar variables algunas es decir el investigador consigue la información, pero no altera las condiciones existentes”. (Arias, 2012), a través de la técnica de la encuesta realizada a las 280 personas en la Parroquia de Cotocollao se recolecto los datos necesarios los cuales ayudaron para crear el Vivero VI-VERDE.

2.4 Investigación descriptiva

Metodología que describe un bien o circunstancia que se presenta, recopila información cuantificable en el análisis estadístico de la muestra de la población definida. Mencionar que “En la investigación descriptiva el propósito es exponer el programa estudiado, estableciendo una enumeración precisa de sus características, de

modo tal que en los resultados se pueden obtener dos niveles, dependiendo del fenómeno y propósito del investigador” (Hurtado, 2012).

2.5 Unidad de análisis

La unidad de análisis utilizada en el presente proyecto comprende de 280 personas que viven en la Parroquia de Cotocollao y alrededor de donde se va a poner a funcionar el Vivero.

La población que se tomó para esta investigación fue obtenida de la página web: http://www.epmmop.gob.ec/epmmop/quitocables_norte/PRODUCTO%203/CAP%CDTULO%20S/informe%20social.pdf, en la cual existen 31.623 habitantes en la Parroquia de Cotocollao,, al ser una población sumamente grande se pasó aplicar la fórmula para conseguir una muestra con la cual se va a trabajar en este caso la muestra fue de 280 personas las cuales van hacer encuestadas.

Tabla 3

Cálculo de la muestra

DATOS:
Z = Nivel de confianza (1.96)
N = Población total (31.623 habitantes) dato obtenido de: http://www.epmmop.gob.ec/epmmop/quitocables_norte/PRODUCTO%203/CAP%CDTULO%20S/informe%20social.pdf
E = margen de error (5.8%)
P = probabilidad de éxito (0.5)
q = probabilidad de fracaso (0.5)
Muestra = 280 personas encuestas

Nota: Elaboración propia

FÓRMULA:

$$N * Z^2 * pq$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$e^2 * (N-1) + Z^2 pq$$

Cálculo de la Muestra:

$$31623 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$0.058^2 * (31623-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5$$

$$31623 * 0.96$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$0.0034 * (31622) + 0.96$$

$$30358.08$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$108.47$$

$$n = 279.8753 \text{ (Muestra)}$$

n= 280 Personas a ser encuestadas

2.6 Técnicas de Investigación

2.6.1 Encuesta

La encuesta es un procedimiento dentro de la investigación con el cual el investigador recopila datos de una parte o de toda la población estudiada, mediante preguntas ordenadas y enfocadas en un tema específico. Conceptualizando: “Se define la encuesta como una técnica para conseguir información que proporciona un grupo de personas, en relación con un tema en particular” (Arias, 2012, pág. 72)

2.6.2 Cuestionario

“El cuestionario es un sistema de preguntas ordenadas con coherencia, con sentido lógico y psicológico, expresado con lenguaje sencillo y claro. Permite la recolección de datos a partir de las fuentes primarias” (García, 2002, pág. 7)

2.7 Análisis y Resultados

Pregunta 1.- ¿Le gustaría que se abra un vivero en el sector donde usted vive?

Tabla 4

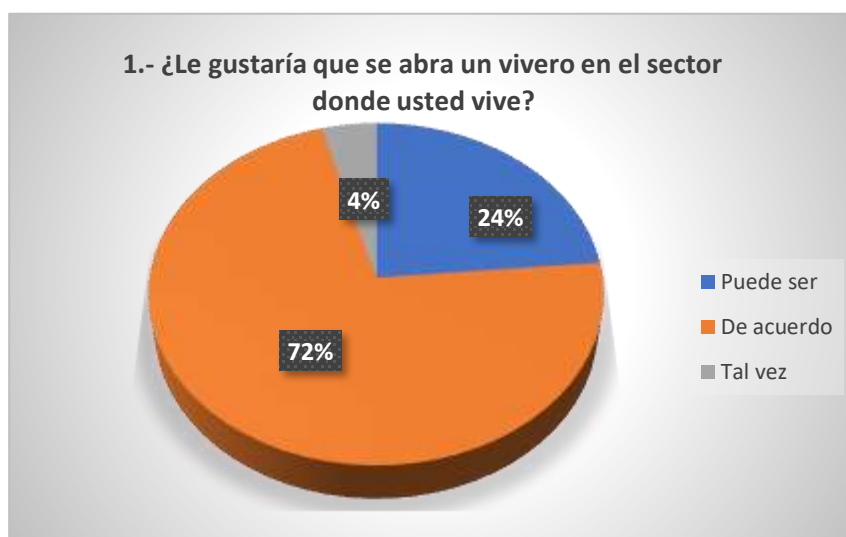
Abrir un vivero en el sector de Cotocollao.

Variable	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Puede ser	66	24
De acuerdo	202	72
Tal vez	12	4
TOTAL	280	100

Nota: resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 7

Abrir un vivero en el sector de Cotocollao.



Nota: resultados para abrir el vivero en Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Análisis e interpretación de resultados

De los datos obtenidos el 72% de encuestados están de acuerdo que se abra un vivero en el sector de Cotocollao, mientras que el 24% dicen que puede ser que quisieran que haya un vivero cerca de sus viviendas, pero el 4% señalan que tal vez pudiesen estar de acuerdo.

Pregunta 2.- ¿Tiene en su domicilio tiene espacio para colocar unas plantas?

Tabla 5

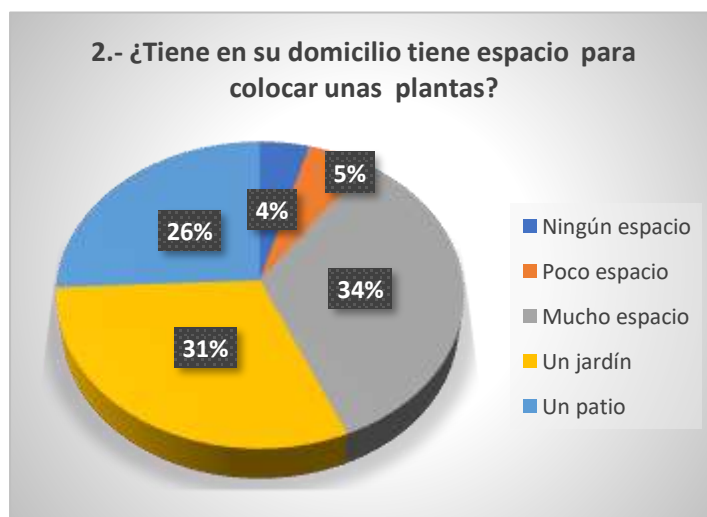
Espacio para colocar unas plantas

Variable	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Ningún espacio	12	4
Poco espacio	15	5
Mucho espacio	95	34
Un jardín	86	31
Un patio	72	26
TOTAL	280	100

Nota: resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 8

Espacio para colocar unas plantas



Nota: resultados para abrir el vivero en Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Análisis e interpretación de resultados:

De la información obtenida por parte de los encuestados el 34% tienen mucho espacio en su domicilio para colocar plantas, mientras que el 31% de encuestados tienen un jardín, el 26% tienen un patio, el 5% mencionan que tienen un patio y el 4% no cuentan con ningún espacio para colocar plantas.

Pregunta 3.- ¿Qué plantas les gustan más?

Tabla 6

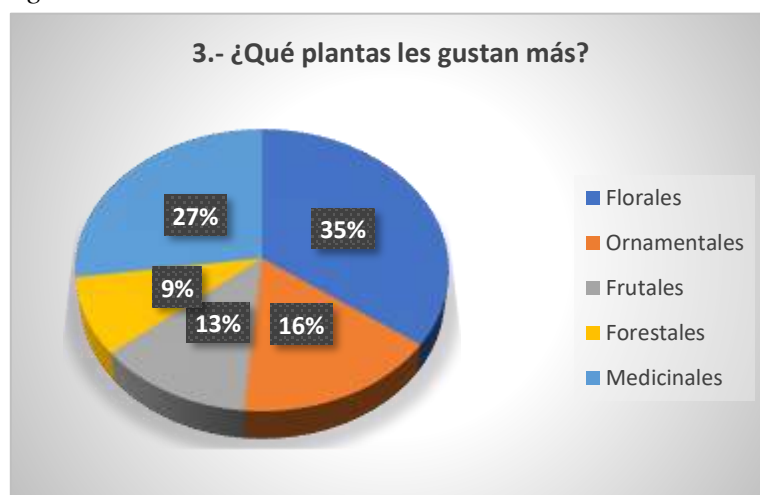
Plantas que les gustan más

Variable	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Florales	98	35
Ornamentales	46	16
Frutales	35	13
Forestales	25	9
Medicinales	76	27
TOTAL	280	100

Nota: resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023

Figura 9

Plantas que les gustan más



Nota: resultados para abrir el vivero en Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Análisis e interpretación de resultados:

Sobre la alternativa de que plantas les gusta mas en los resultados se pudo evidenciar que el 35% les gusta las plantas florales, al 27% indican que prefieren las plantas medicinales, el 16% las ornamentales, el 13% las que tienen frutos y el 9% optan por las plantas forestales.

Pregunta 4.- ¿Sabe cómo se las debe cuidar a cada una de las plantas?

Tabla 7

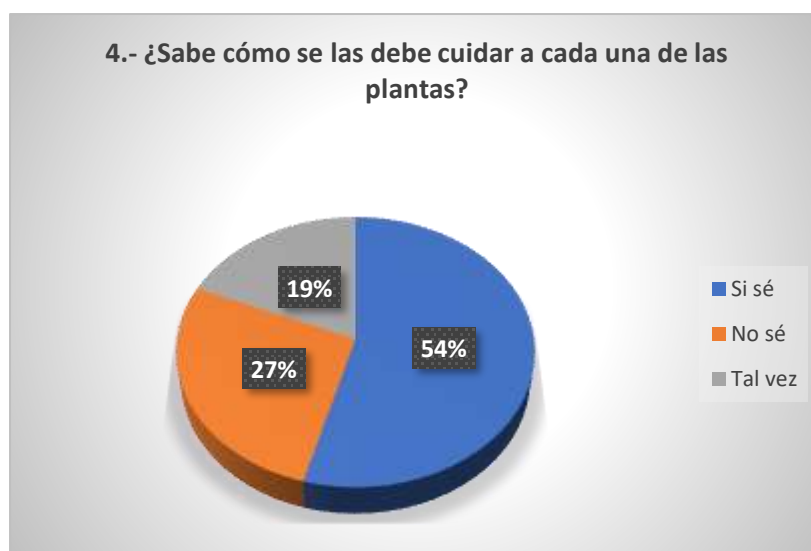
Cuidado a cada una de las plantas

Variable	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Si sé	152	54
No sé	76	27
Tal vez	52	19
TOTAL	280	100

Nota: resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 10

Cuidado a cada una de las plantas



Nota: resultados para abrir el vivero en Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Análisis e interpretación de resultados:

De los datos obtenidos en la pregunta sobre si sabe acerca del cuidado que se debe dar a las plantas los resultados arrojan que el 54% si saben hacerlo, el 27% no lo saben hacer y el 19% indican que tal vez lo saben hacer es decir existen dudas.

Pregunta 5.- ¿En qué tiempo u ocasiones adquiere las plantas?

Tabla 8

Tiempo u ocasiones que adquiere las plantas

Variable	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Verano	117	42
Invierno	68	24
Eventos	95	34
TOTAL	280	100

Nota: resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 11

Tiempo u ocasiones que adquiere las plantas



Nota: resultados para abrir el vivero en Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Análisis e interpretación de resultados:

Con respecto a esta pregunta el 42% de encuestados indican que adquieren las plantas en verano, el 34% lo hace para diferentes eventos y el 24% señalan que lo hacen en invierno.

Pregunta 6.- ¿Con qué frecuencia las adquiere?

Tabla 9

Frecuencia con las que adquiere

Variable	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Semanal	176	63
Mensual	96	34
No adquiere	8	3
TOTAL	280	100

Nota: resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 12

Frecuencia con las que adquiere



Nota: resultados para abrir el vivero en Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Análisis e interpretación de resultados:

En los resultados obtenidos el 63% de encuestados indican que la frecuencia con la que adquieren las plantas lo hacen semanal, mientras que el 34% lo hacen mensual y el 3% optan por no adquirir plantas.

Pregunta 7.- ¿En dónde consigue las Plantas?

Tabla 10

Dónde consigue las Plantas

Variable	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Vivero	212	76
Amigo	22	8
Ventas ambulantes	46	16
TOTAL	280	100

Nota: resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 13

Dónde consigue las Plantas



Nota: resultados para abrir el vivero en Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Análisis e interpretación de resultados:

De los resultados obtenidos una vez tabuladas las encuestas se llega a verificar que el 76% de encuestados adquieren sus plantas en viveros, un 16% lo hacen a través de las ventas ambulantes y el 8% lo hacen a través de algún amigo es decir que les obsequian.

Pregunta 8.- Para usted ¿Cuál es el criterio de decisión más importante en el momento de comprar una planta?

Tabla 11

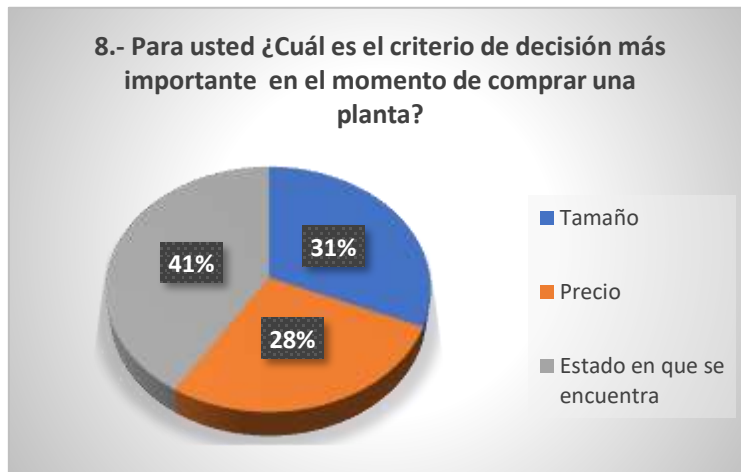
Criterio de decisión en el momento de comprar una planta

Variable	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Tamaño	88	31
Precio	77	28
Estado en que se encuentra	115	41
TOTAL	280	100

Nota: resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 14

Criterio de decisión en el momento de comprar una planta



Nota: resultados para abrir el vivero en Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Análisis e interpretación de resultados:

Por medio de la obtención de los resultados se puede decir que el 41% de personas encuestadas dicen que el criterio más importante en el momento de comprar una planta es el estado en que se encuentran las mismas, mientras que el 31% dicen que es por su tamaño y el 28% se fijan en su precio.

Pregunta 9.- ¿Cómo le gustaría que se realice la venta de las plantas?

Tabla 12

Venta de las plantas

Variable	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Personalizada	204	73
Entrega a domicilio	49	18
Intermediarios	27	10
TOTAL	280	100

Nota: resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 15

Venta de las plantas



Nota: resultados para abrir el vivero en Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Análisis e interpretación de resultados:

En la pregunta 9 de acuerdo a los resultados obtenidos con relación a la forma en la que le gustaría que se realice la venta de plantas el 73% indican que sería personalizada, el 18% con entrega a domicilio y el 10% a través de intermediarios.

Pregunta 10.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto?

Tabla 13

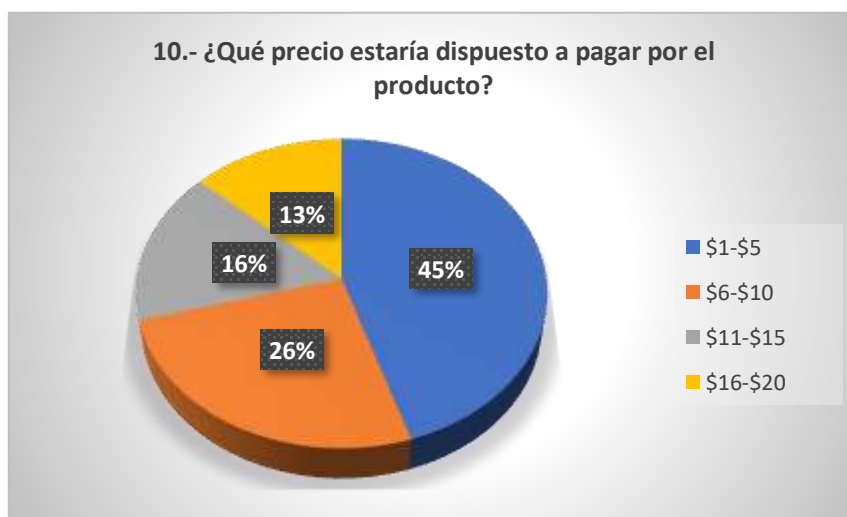
Precio a pagar por el producto

Variable	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
\$1-\$5	126	45
\$6-\$10	72	26
\$11-\$15	45	16
\$16-\$20	37	13
TOTAL	280	100

Nota: resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 16

Precio a pagar por el producto



Nota: resultados para abrir el vivero en Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Análisis e interpretación de resultados:

A través de la obtención de resultados podemos mencionar que el 45% de personas encuestadas dicen que el precio que pagarían por las plantas seri de \$1-\$5 dólares, el 26% de \$6-\$10, el 16% de \$11-\$15 y el 13% de 16-20 dólares.

2.8 Resumen y análisis de los resultados

Tabla 14

Análisis de resultados

Nº PREGUNTA	VARIABLE	OPCIÓN RESPUESTA	PORCENTAJE	ANÁLISIS
1	Abrir un vivero en el sector de Cotocollao.	Puede ser	24	La mayoría de personas encuestadas están de acuerdo que se abra el vivero en el sector de Cotocollao.
		De acuerdo	72	
		Tal vez	4	
2	Espacio para colocar unas plantas	Ningún espacio	4	La mayoría de la población encuestada dicen que tiene mucho espacio en su vivienda para colocar diferentes plantas.
		Poco espacio	5	
		Mucho espacio	34	
		Un jardín	31	
		Un patio	26	
3	Plantas que les gustan más	Florales	35	A la mayoría de encuestados les gusta las plantas florales para cada una de sus viviendas.
		Ornamentales	16	
		Frutales	13	
		Forestales	9	
		Medicinales	27	
4	Cuidado a cada una de las plantas	Si sé	54	Las personas encuestadas en su mayoría si saben como de debe cuidar a las plantas.
		No sé	27	
		Tal vez	19	
5	Tiempo u ocasiones que adquiere las plantas	Verano	42	La mayoría de encuestados adquieren las plantas en tiempo u ocasiones de verano.
		Invierno	24	
		Eventos	34	
6	Frecuencia con las que adquiere	Semanal	63	La mayoría de personas encuestadas adquieren las plantas con una frecuencia semanal,
		Mensual	34	
		No adquiere	3	
7	Dónde consigue las Plantas	Vivero	76	La mayoría de personas encuestadas indican que las plantas las consiguen en viveros.
		Amigo	8	
		Ventas ambulantes	16	

8	Criterio de decisión en el momento de comprar una planta	Tamaño	31	La mayoría de personas encuestadas dan un criterio de decisión en el momento de comprar una planta de acuerdo al estado en que se encuentran las plantas.
		Precio	28	
		Estado en que se encuentra	41	
9	Venta de las plantas	Personalizada	73	A la mayor parte de personas encuestadas les gustaría que la venta de plantas se las realice de manera personalizada.
		Entrega a domicilio	18	
		Intermediarios	10	
10	Precio a pagar por el producto	\$1-\$5	45	La mayoría de encuestados indican que el precio que pagarían por las plantas sería de \$1-\$5 dólares.
		\$6-\$10	26	
		\$11-15	16	
		\$16-\$20	13	

Nota Datos obtenidos de los resultados de la encuesta a las personas de Cotocollao. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

CAPITULO III

3.1. Diseño de Modelo de Negocio

Tabla 15

Modelo de Negocio

BUSINESS MODEL CANVAS	DISEÑADO POR: La Autora	DISEÑADO PARA: Vivero "VI-VERDE"		FECHA: Febrero 2023
<p>ASOCIADOS CLAVES Nuestros asociados claves serán los diferentes proveedores de materia prima quienes se comprometerán en proveer productos de buena calidad, y también se buscará socios que ayuden con la inversión de su capital para poder engrandecer el emprendimiento y poder ejecutar el modelo de negocios CANVAS.</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de modelo de diferentes macetas de material reciclado y fundas para plantas. • Sembrado de plantas en las diferentes macetas. • Control de la calidad de nuestros productos para brindar un servicio de calidad. • Elaborar diferentes semilleros de plantas 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cada uno de los clientes podrán elegir las plantas ya sean ornamentales, frutales, florales, medicinales, etc., para el lugar que tenga en su vivienda. 		<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación respetuosa entre cliente y vendedor. • Por la compra de cierto número de plantar abono gratis. • Promociones y descuentos en la adquisición de plantas por inauguración. • Obsequios en la compra de plantas según cierto número.
				
	<p>RECURSOS CLAVES</p>			

	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una base de datos de nuestros clientes que sean verídicos y verificados. • Producir un stock de plantas y macetas o fundas. 		<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas personalizadas en el vivero. • A través de plataformas o redes sociales. • Entregas a domicilio. 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de productos para el cuidado y tratamiento de las plantas. • Compra de materias primas. • Salarios de acuerdo a escala salarial. • Gastos operacionales para el mantenimiento del vivero. 		<p>VÍAS DE INGRESO</p> <p>Venta de semilleros de plantar ornamentales, frutales, florales, etc., con entrega a domicilio. Servicio de post venta, mantenimiento de jardines, y productos de cuidado y tratamiento de plantas.</p>		

Nota Diseño del modelo de Negocios. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

4.2 Organigrama de “VI-VERDE” Vivero

La política fundamental de este emprendimiento está basada en un modelo de negocios simple y concreto de acuerdo a cada una de las experiencias de nuestros posibles clientes que vienen a conformar una parte esencial en la siembra y reproducción de nuestras plantas sin dejar a un lado el gusto y elección para satisfacer las necesidades de los clientes.

Se promoverá los valores y principios que son parte fundamental de una empresa para que funcione correctamente y poder brindar un servicio de calidad entre estos valores tenemos la honestidad, el respeto, la responsabilidad, la honradez, la lealtad, con todo esto haremos que nuestro vivero sea muy reconocido y sobre todo que se respeta a la naturaleza y a la conservación del medio ambiente.

En la parte jurídica es un emprendimiento el cual cuenta con la participación de una sola socia la cual aportara con el capital correspondiente para ponerle en marcha, por ende, ella estará a cargo de las deudas y obligaciones contraídas para que pueda sobresalir el vivero.

4.2.1 Misión

Poner en el mercado productos y servicios de alta calidad, sin dejar a un lado la conservación del medio ambiente y el decoro de la naturaleza llevando a cada uno de los hogares plantas que adornen y decoren en el espacio que hace falta, a través de la creatividad y atención de un personal capacitado en el cuidado y manejo de estas especies.

4.2.2 Visión

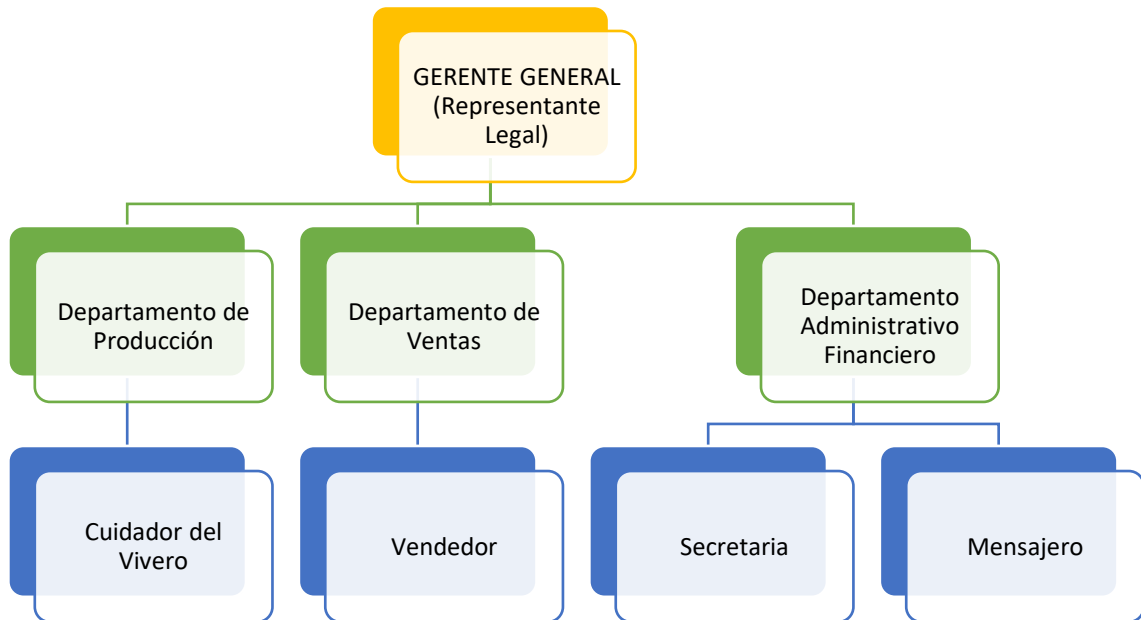
Para el año 2028 seremos una empresa reconocida en el mercado por el cuidado y tratamiento de las diferentes plantas y especies que se puedan producir para satisfacer cada una de las necesidades y gusto de los clientes, a través de la conservación del medio ambiente y la concientización de la naturaleza.

4.2.3 Organigrama Estructural

“VI-VERDE” Vivero, contara con un organigrama estructural el cual está dividido jerárquicamente por departamentos:

Figura 17

Organigrama Estructural de VI-VERDE



Nota Diseño de la estructura del personal de “VI-VERDE”. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

4.2.4 Organigrama Funcional de “VI-VERDE” Vivero

En el Organigrama funcional de este emprendimiento se encuentran los siguientes puestos que se detallan a continuación:

4.2.4.1 Estructura Funcional Gerente General

Tabla 16

Estructura de Funciones Gerente General

NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE GENERAL
VINCULACIÓN A AL VIVERO:	Nomina - IESS
LÍNEA DE REPORTE:	Representante legal
LÍNEA DE SUPERVISIÓN:	Departamento de Producción Departamento de Ventas Departamento Administrativo Financiero

Detalle de funciones:

- Comprobará el fiel cumplimiento de la misión y visión de la empresa, así como también hará cumplir los principios y valores para el correcto desempeño de cada una de las personas que la conforman.
- Verificará que cada uno de los departamentos cumplan con sus obligaciones, asimismo hará cumplir la producción para llegar a la meta propuesta por la empresa.
- Presentará informes económicos cada seis meses para verificar la obtención de resultados en cuanto se refiere a las finanzas de la empresa y que se compruebe si se está cumpliendo con cada una de las obligaciones.
- Administrar los recursos económicos para el buen uso de acuerdo a las normas y leyes vigentes en el país.

Perfil del cargo:

- **Estudios:** Tercer nivel de estudios superiores en el área de Economía y Finanzas, Administración de Empresas o Administración Pública.
- **Ofimática:** Nivel avanzado en el manejo de Office
- **Inglés:** Nivel avanzado

4.2.4.2. Departamento de producción Cuidador del vivero

Tabla 17

Estructura de Funciones Cuidador del Vivero

NOMBRE DEL CARGO:	CUIDADOR DEL VIVERO
VINCULACIÓN AL VIVERO:	Nomina-IESS
LÍNEA DE REPORTE:	Gerente General

Detalle de funciones:

- Registrar las entradas y salidas de plantas y de su producción.
- Registro de plantas que necesitan tener un cuidado especial o mantenimiento.
- Cuidado y riego de plantas del vivero.

- Cuidado de semilleros.
- Siembra de plantas para su reproducción.
- Manejo de cada uno de los productos que se refieren a fungicidas, fumigación y creación de abonos para ser utilizados en el vivero y para la venta.

Perfil del cargo:

Estudios: Bachiller

Ofimática: Nivel básico de office

Conocimientos: Siembre de plantas, manejo y uso correcto de químicos, fungicidas, abono para el cuidado de las plantas.

4.2.4.3. Departamento de ventas vendedor

Tabla 18

Estructura de Funciones Vendedor

NOMBRE DEL CARGO:	VENDEDOR
VINCULACIÓN AL VIVERO:	Nomina-IESS
LÍNEA DE REPORTE:	Gerente General

Detalle de funciones:

- Atención personalizada y explicación a los clientes sobre las plantas y los productos que son para la venta.
- Venta y despacho de plantas.
- Ventas de plantas a través de línea telefónica o redes sociales.
- Conocimiento sobre la comercialización de plantas.
- Elaboración de una base de datos acerca de las ventas de diarias de cada uno de los productos del vivero.

Perfil del cargo:

Estudios: Bachiller

Ofimática: conocimientos básicos de office

Conocimientos: Atención al cliente, ventas, manejo de una expresión lingüística propia y adecuada.

Inglés: Básico

4.2.4.4. Departamento administrativo financiero secretaria

Tabla 19

Estructura de Funciones Secretaria

NOMBRE DEL CARGO:	SECRETARIA
VINCULACIÓN AL VIVERO:	Nomina-IESS
LÍNEA DE REPORTE:	Gerente General

Detalle de funciones:

- Atención al cliente.
- Contestar llamadas.
- Recibir y enviar la correspondencia que amerite.
- Mantener actualizada la base de datos de los clientes.
- Llevar el control de entradas y salidas de materias primas y productos de cuidado y tratamiento de las plantas.
- Tomar apuntes, dictados y transcribirlos en la computadora.
- Uso y manejo de office y redes sociales.

Perfil del puesto:

- **Estudios:** Nivel tecnología en secretariado
- **Ofimática:** conocimientos avanzados de office
- **Conocimientos:** Atención al cliente, buena redacción de documentos, manejo de computadora.

- **Inglés:** Medio

4.2.4.5. Departamento administrativo financiero Mensajero

Tabla 20

Estructura de Funciones Mensajero

NOMBRE DEL CARGO:	MENSAJERO
VINCULACIÓN AL VIVERO:	Nomina-IESS
LÍNEA DE REPORTE:	Gerente General

Detalle de funciones:

- Realizar diferentes depósitos en cuentas bancarias.
- Pago de servicios básicos.
- Llevar documentación a diferentes proveedores.
- Entrega de plantas a los clientes en su domicilio.
- Colaboración eficiente en cada una de las áreas que se necesite.
- Realizar cada una de las tareas asignadas por parte de los que conforman el Vivero.

Perfil del puesto

Estudios: Bachiller

Ofimática: conocimientos básicos de office

Conocimientos: De mensajería. Atención al cliente.

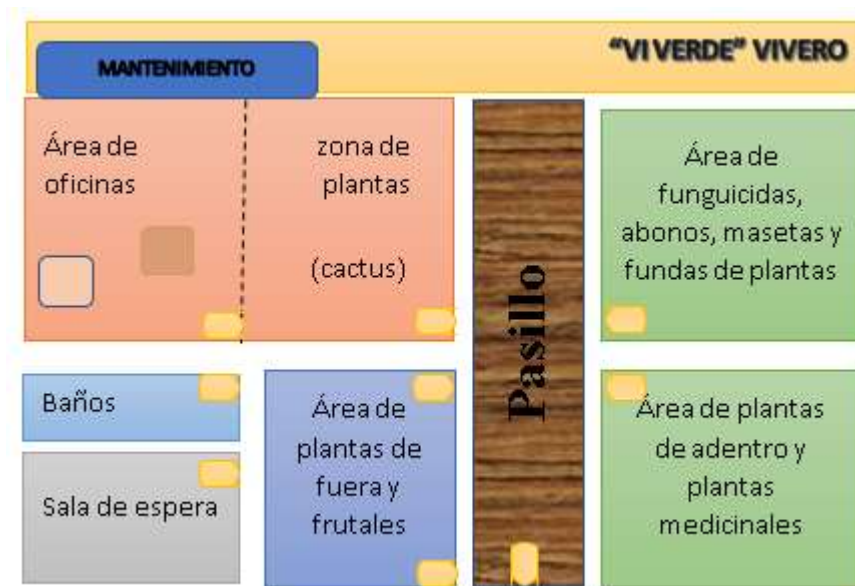
Inglés: Básico

4.2.5. *Diagrama de Distribución del Vivero*

En este punto se encuentra diseñado como se encuentra distribuida el área del Vivero.

Figura 18

Diseño de la estructura del Vivero



Nota Diseño de cómo se encontrará distribuido "VI-VERDE". Investigadora Morales, J. marzo 2023.

4.2.5.1. Conocimiento de las Características del Producto

Con el amor que se le tiene a la naturaleza, al medio ambiente y a cada una de las plantas la propuesta de valor en este caso es generar un producto en el cual exista una relación directa con el cliente para que aporte con ideas para el diseño de los semilleros así como también las macetas de material reciclado como es de botellas y todo lo que se relacione con plástico y poder contribuir para llenar cada uno de los espacios en los cuales necesitan ser adornados con la belleza de las plantas.

En cuanto se refiere a la comercialización de las plantas ornamentals, medicinales, florales, frutales en macetas de material reciclado ayudara a que los clientes hagan una concientización del cuidado que se debe hacer a la naturaleza y al medio ambiente. Para este proyecto se ha desarrollado tres líneas de diseño para que los clientes pueda elegir el más apropiado a su gusto.

- **1 línea estándar o souvenir**

En esta línea se puede ofertar nuestras plantas y productos para diferentes eventos sociales que servirán para embellecer cada uno de los espacios de viviendas, jardines, corporaciones y más aún para diferentes publicidades, esta línea se promocionara a través de los canales de distribución y redes sociales.

4.2.6. Matriz de características de línea estándar

Tabla 21

Características de línea estándar

LISTADO DE CARACTERISTICAS PRODUCTO O SERVICIO	LÍNEA ESTÁNDAR O SOUVENIER
TIEMPO DE PRODUCCIÓN Y ENTREGA	2 DÍAS
TIEMPO MÁXIMO DE DEMORA	1 DÍA
PLANTAS	Plantas pequeñas de poco cuidado y mantenimiento para diferentes lugares. Variedad de plantas florales y cactus. Plantas de poco crecimiento.
MACETAS	El tamaño vario de acuerdo al plástico hacer utilizado. Forma circular y cuadrado. Material reciclado (plástico)
DISEÑO	Diseño sencillo Tijera y utensilio para el corte adecuado
ACCESORIOS	Abono natural Piedras que adornen las plantas
RECOMENDACIONES	Son plantas que tienen que ser expuestas al sol. Se las debe regar una vez cada 2 días
PRECIO	USD 2.00
FOTO	

Nota Diseño de las características de la línea estándar de “VI-VERDE”. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

2 línea Medicinal:


Esta línea está conformada por plantas que ayudan en el cuidado de la salud, es decir seguir conservando la medicina natural de nuestros antepasados como es el cuidado y

tratamiento de cada una de las plantas medicinales, esta es una línea alternativa para los diferentes hogares para que sus integrante cures sus enfermedades de forma natural como son resfríos, dolores estomacales, dolores de cabeza entre otros males, estas plantas tendrán diferentes ofertas tanto personalizadas como en los diferentes canales de distribución.

4.2.6.1. Matriz de Características Línea medicinal

Tabla 22

Características Línea medicinal

LISTADO DE CARACTERISTICAS PRODUCTO O SERVICIO	LÍNEA MEDICINAL/ORNAMENTAL
TIEMPO DE PRODUCCIÓN Y ENTREGA	5 DÍAS
TIEMPO MÁXIMO DE DEMORA	2 DÍA
PLANTAS	Plantas medicinales de cuidado fácil.
	Variedad de plantas entre hierba buena, toronjil, manzanilla, menta, oreganillo.
	Plantas con crecimiento de 25 a 30cm.
MACETAS	El tamaño vario de acuerdo al material reciclado.
	Forma circular y cuadrado.
	Material reciclado (plástico)
DISEÑO	Diseño sencillo a mano
	Sustrato
	Tijera y utensilio para el corte adecuado
ACCESORIOS	Abono natural
	Piedras que adornen las plantas
RECOMENDACIONES	Son plantas que necesitan luz solar.
	Se debe regar de acuerdo a la necesidad.
	Poner abono cada 4 a 6 meses según lo amerite.
	Fumigar para evitar plagas y mosquitos.
PRECIO	USD 2.00 a 5.00
FOTO	

Nota Diseño de las características de la línea medicinal de “VI-VERDE”. Investigadora Morales, J. marzo 2023.


3 línea Ornamental/frutal

Continuando con el enfoque en esta línea de producción que conforman las plantas ornamentales y frutales que contribuyen con el medio ambiente con un enfoque que ayuda a las diferentes familias para que mantengan una vida sana y que aprendan a tener una alimentación sana y conservar el cultivo tradicional.

4.2.6.2 Matriz de Características Línea frutal

Tabla 23

Características Línea frutal

LISTADO DE CARACTERÍSTICAS PRODUCTO O SERVICIO	LÍNEA FRUTAL
TIEMPO DE PRODUCCIÓN Y ENTREGA	6 DÍAS
TIEMPO MÁXIMO DE DEMORA	2 DÍA
PLANTAS	Plantas frutales de cuidado fácil. Variedad de plantas entre tomate de árbol, pimiento, mandarina, limón. Plantas con crecimiento de 50cm..
MACETAS	El tamaño que tenga capacidad de 12 litros. Forma circular Material reciclado (plástico)
DISEÑO	Diseño sencillo a mano Sustrato Tijera y utensilio para el corte adecuado
ACCESORIOS	Sustrato Abono natural Piedras que adornen las plantas
RECOMENDACIONES	Son plantas que se debe exponer a la luz solar. Se debe regar de acuerdo a la necesidad. Poner abono cada 3 meses según lo amerite. Fumigar para evitar plagas y mosquitos.
PRECIO	USD 2.00 a 5.00
FOTO	

Nota Diseño de las características de la línea frutal de “VI-VERDE”. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 19

Collage Línea de Frutales



Nota fotos de plantas frutales de VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023.

Figura 20

Collage Línea de cactus



Nota fotos de plantas cactus de VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023

Figura 21

Collage Línea de Florales

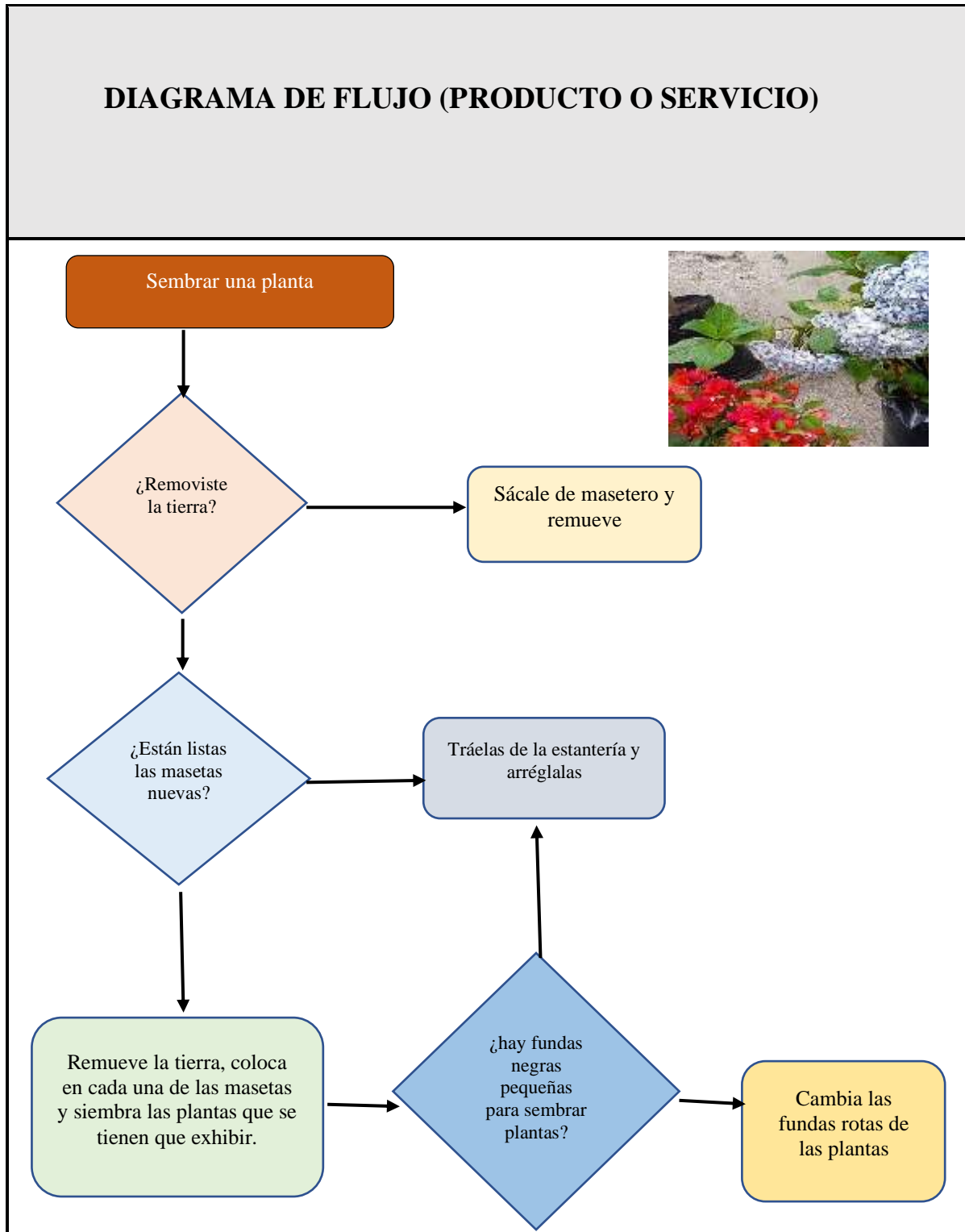


Nota fotos de plantas florales de VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023

4.2.5.1 Diagrama del Proceso de Producción

Figura 22

Diagrama de proceso



Nota fotos de plantas florales de VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023

4.3 Lienzo Canvas

4.3.1 Preguntas

Figura 23

Segmentación de Mercado



Nota: Hubcriacao

¿A quién pretende servir tu modelo de negocio?

Nuestro producto va dirigido a los clientes que son persona de ambos sexos es decir hombres y mujeres entre edades de 20 a 50 años que integran las familias, es decir que cuenten con recursos económicos estables para poder hacer la adquisición de las plantas y a su vez que tenga amor a ellas y a la naturaleza.

Figura 24

Relación con el cliente



Nota: Blog Benito Castro

¿Qué tipo de relación se mantiene con el segmento de clientes?

El cliente es una parte fundamental en este emprendimiento ya que es el principal participante que aportara con ideas para la elaboración de nuestro producto y el la siembra de las diferentes especies de plantas, cabe indicar que el cliente aporta con su creatividad esto hace que se afiance al negocio para lo cual se proporcionará por cada compra de cierto número de plantas un tique para que pueda hacer el reclamo de abono para el cuidado de las plantas para la fecha que sea su nueva aplicación.

También se entregará como promoción un mini semillero ya sea de plantas medicinales u ornamentales para que puedan hacer su trasplantar en otras macetas y puedan interactuar entre familiar e ir inculcando en los más pequeño de casa el amor y cuidado a la naturaleza.

Además, pondremos énfasis en realizar promociones para la atracción de clientes en fechas importantes como son 14 de febrero, día de la madre y del padre, navidad y otros eventos que lo ameriten.

Figura 25

Canales de Distribución



nota: Edisofer S.L.

¿Cómo se conocerá, evaluará, decidirá, comprará y recibirá soporte post venta el segmento de clientes?

En este caso se utilizarán cada uno de los canales de venta online, a través de plataformas digitales, redes sociales y sobre todo en un punto de venta en producción.

“VI-VERDE” Vivero va a implementar un blog de ventas a través de una página web nuestra estimada clientela podrá encontrar una gran variedad de fotos con especies de plantas las cuales podrá solicitar para hacer su adquisición, de la misma manera podrá verificar que estará publicado las ofertas, descuentos y promociones existente además estarán nuestros números de teléfono para solicitar el servicio que deseen.

Figura 26

Vías de ingreso



Nota: Freepik

¿Cuál será la forma de financiar y obtener ingresos este modelo?

La forma en “VI-VERDE” que pretende obtener sus respectivos ingresos es a través de la venta y comercialización de las diferentes plantas, productos como abono, semilleros, y también por la venta personalizada y con entrega a domicilio sin dejar a un lado un mini kit con diferentes productos.

Figura 27

Propuesta de valor



Nota: 123RF

¿Qué brindarás a tu segmento de clientes? ¿De qué forma solucionarás sus problemas?

Generalmente buscaremos diferentes alternativas que tengan que ver con una vida sana y reconfortarte para cada una de las familias que tengan amor a las plantas y sobre todo a la naturaleza, con todo esto se ofrecerá a nuestros clientes plantas y semilleros que puedan ser cuidadas en sus hogares.

Cada una de las líneas con las que cuenta nuestro vivero ofrece y oferta una variedad de alternativas de plantas y decoraciones para cada uno de los jardines o espacios con los que cuentan las familias para tener una parte de la naturaleza ahí.

Figura 28

Estructura de costos



Nota: Asesoría Fiscal Contable

¿Cuál es la distribución de costos? ¿Cuáles son los egresos que sobresalen del modelo de tu negocio?

Para obtener una estructura de nuestros costos tendremos que verificar cada uno de los egresos que hemos tenido para la creación y realización de nuestro vivero y con ello nuestros semilleros y la siembra de nuestras plantas, debemos obtenerlos valores de costo de la materia prima, mano de obra y así cada uno de los gastos que se han dado para sacar adelante a este proyecto, también con todo esto se deberá sacar el precio de las plantas a ser ofertadas.

Figura 29

Actividades claves



Nota: SEEKPNG

¿Cuáles son las actividades claves para que funcione tu modelo de negocio?

En primer lugar, se da la prioridad a la siembra de plantas y creación de nuestros semilleros de plantas ornamentales, frutales, medicinales, florales y forestales para posteriormente ser plantados en diferentes macetas para su comercialización.

Otra de las actividades será el manejo correcto de cada una de las plataformas con las que contará nuestro vivero para la oferta y ventas de cada uno de nuestros productos.

Y por último brindar un servicio y atención de calidad para nuestros clientes y poder satisfacer cada una de sus necesidades, y también poder dar el respectivo cuidado y tratamiento de nuestro producto.

Figura 30

Recursos Clave



Nota: El Nuevo Diario

¿De cuántos recursos clave requieres tu negocio?

La clave de este negocio es obtener una gran base de datos viable de clientes, como también contar con un personal calificado en el cuidado y tratamiento de plantas, otra de las cosas es tener un stock de plantas y semilleros para su respectiva comercialización.

Figura 31

Asociados Clave



Nota: Mundo Negocios

¿Quiénes formaran parte de los asociados clave de tu modelo de negocio?

Nuestros asociados claves para sacar adelante a nuestro negocio serian nuestros proveedores de materia prima y de cada uno de los productos que sean necesarios para sacar adelante a nuestro vivero.

4.3.2 Segmento de Mercado


En la actualidad las personas y por ende los clientes busca tener un mercado con productos de alta calidad que satisfaga cada una de sus necesidades con el gusto y amor por las plantas y a la naturaleza, así también que tenga un costo adecuado.

4.3.3 Propuesta de Valor

Tabla 24

Propuesta de valor

MATRIZ PARA LA CONSTRUCCIÓN DE PROPUESTA DE VALOR				
CRITERIOS	RESPUESTAS			
Definir cada uno de los precios de la competencia e identificar los precios fijos y variables	COMPARATIVA PRECIOS COMPETENCIA			
	VARIBALE	MI TIERRA	MEGA KYWI	LA JARDINERA
	PRECIO	28	30	21.50
Identificar el tipo de Cliente que atendemos o queremos atender	El producto que se oferta está dirigido a la población que le guste las plantas para adquirirlas ya sea para un obsequio o simplemente para poder compartir un detalle especial con algún ser querido o familiar.			
Crear perpetuamente los medios de control para entregar calidad en productos y servicios, así como proceso de garantía de la calidad	El producto que se oferta utiliza diferentes materias primas que ayudan a brindar un producto de calidad que a su vez cumple con cada uno de los estándares que la ley lo permite.			
Identificar las frustraciones y trabajos que aliviamos del cliente en base al mapa del Perfil del cliente	El producto cuenta con un tratamiento y cuidado especial el cual se presenta a los clientes de forma personalizada y con entrega a domicilio a que el cliente pueda recibir un producto con su responsabilidad correspondiente y en buen estado.			
Identificar las alegrías que generamos al cliente en base al Mapa del Perfil del Cliente	El diseño o modelo de `planta va a elección de cada uno de los clientes para que satisfaga cada una de las expectativas y de esta manera puedan expresar un mensaje de satisfacción.			

Establecer un cuadro comparativo con ventajas respecto a 2 competidores	CUADRO COMPARATIVO			
	VENTAJAS	GESAVIA	MEGA KYWI	LA JARDINERA
	PERSONALIZACION CON DISEÑO Y ATENCION DEL CIENTE	SI	NO	NO
	VARIEDAD DE TIPOS DE HUERTOS	SI	NO	SI
Indagar cuales son los trabajos del cliente al conseguir el producto o servicio que nosotros vamos a aumentar para garantizar la satisfacción.	En el momento que nuestros posibles clientes adquieran los productos que se ofertan en el vivero podrán acceder a cada una de las promociones como a los descuentos que se encuentren en ese momento.			
Comprobar los procesos de producción o entrega de productos o servicios en busca de brindar un mejor valor. (Economías de escala o búsqueda de un mejor proveedor)	Para el control del servicio y calidad del producto se realizará un link en la plataforma para que pueda ir calificando nuestra atención por parte de nuestros clientes para poder brindar un producto con los estándares de calidad que la ley lo emite.			
Diseño de marca y empaque para generar mayor atracción al cliente en criterios de: Estatus, facilidad, diversión y simplicidad.	Nuestro logo y nombre de nuestro Vivero está basado en la conservación y cuidado del medio ambiente y el amor a la naturaleza.			
Generar desagregación de productos y servicios para brindar al cliente la posibilidad de especialización	<p>El producto cuenta con una variedad de plantas como son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantas ornamentales. • Plantas frutales. • Plantas medicinales. • Plantas forestales. • Cactus • Con esta variedad de plantas el cliente puede elegir según su gusto y así podremos satisfacer cada una de sus necesidades. 			

Nota Matriz de la propuesta de valor de VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023

4.3.4 Canales

Tabla 25

Canales

TIPOS DE CANALES			FASES DE CANALES				
			INFORMACIÓN	EVALUACIÓN	COMPRA	ENTREGA	POSVENTA
			<i>¿Cómo vamos a dar a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?</i>	<i>¿Qué necesitan los clientes para evaluar nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿A través de que pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?</i>	<i>¿Cómo vamos a entregar a los clientes nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Cuáles son los servicios de atención posventa ofrecemos?</i>
PROPIO	DIRECTO	EQUIPO COMERCIAL	Venta de productos a través de las diferentes redes sociales	Se reciben sugerencias y recomendaciones.	Pago a través de transferencias bancarias o en efectivo	Ya sea personalmente o entrega a domicilio	Asesoramiento, mantenimiento y venta.
		VENTAS EN	Plataforma digital, WhatsApp	Se reciben sugerencias y recomendaciones.	Pago a través de transferencias bancarias o en efectivo	Ya sea personalmente o entrega a domicilio	Asesoramiento, mantenimiento y venta.
	INDIRECTO	TIENDAS PROPIAS	Publicidad a través de las encuestas y por medios de la red social	Por medio de Google forms, encuesta enviada a los correos o por medio de WhatsApp y por medio de la página de la empresa pidiendo que comenten para implementar e innovar en nuevas cosas.	Los clientes pueden adquirir cada uno de nuestros productos en efectivo o a través de transferencia bancaria.	Se puede realizar de puerta a puerta.	La empresa brindara un servicio que, de garantía a nuestros clientes con las diferentes promociones, descuentos los mismos que se les enviara a sus correos electrónicos,

Nota Matriz de los canales de distribución de VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023

4.3.5 Relación con el Cliente

Tabla 26

Relación con el Cliente

TIPO	DESCRIPCIÓN	EJEMPLIFICACIÓN
Publicidad o marketing por medios de las redes sociales, revistas, radios tv, y encuestas en líneas.	Realizar las más adecuadas promociones en la adquisición de plantas, con un enfoque único en tecnología de calidad y personal capacitado, con precios económicos y accesibles al cliente	Por la adquisición de nuestras plantas lleva gratis un fungicida para expandir en las plantas.

Nota Relación con el cliente de VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023

4.3.6 Fuentes de Ingresos

Tabla 27

Las fuentes de Ingreso

TIPO	DESCRIPCIÓN
VENTA	Venta de plantas ornamentales, frutales, medicinales, forestales y cactus de manera personalizada o con entrega a domicilio.
PRÈSTAMOS	Prestamos en diferentes entidades financieras.
INVERSIÒN	Adquisición de diferentes materiales para la construcción del vivero, así como de materia prima.

Nota Matriz de las diferentes formas de ingresos para el VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo

2023

4.3.7 Recursos Claves

Tabla 28

Recursos Claves

RECURSO	DESCRIPCIÓN
FINANCIEROS	Inversión: \$ 15.000 Préstamo: \$ 10.000 Socios: \$ 12.000
FÍSICOS	Estanterías de exhibición Maceteros Palas de mano Semilleros Fundas para plantas Escritorio Sillas pequeñas Suministros de oficina Tijera podadora Vehículo
TECNOLÓGICOS	Computador Teléfono para la atención al cliente
INTELECTUALES	Software contable. Software de inventario
HUMANOS	Gerente Asesor comercial Jefe de logística Jefe de producción contador conductor Jardineros Vendedores Despachador Plomero Electricista Carpintero

Nota Matriz de recursos claves para el VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023

4.3.8 Actividades Claves

Tabla 29

Actividades claves

ACCIÓN	DESCRIPCIÓN
Planificación para la elaboración de la publicidad atrayente de los clientes.	Se realiza la respectiva planificación utilizando diferentes técnicas y estrategias innovadoras con el propósito de atraer a nuestros posibles clientes y así poder dar a conocer cada uno de nuestros servicios y productos a ser ofertados.
Realizar las respectivas capacitaciones a nuestro personal y luego comenzar a elaborar los horarios de trabajos respectivamente.	Se le capacita a cada uno de los trabajadores en cada una de las áreas para lo cual se les contrato, posteriormente se elabora los horarios de trabajo, así como sus jornadas laborales.
Contrato con el cliente	Se realiza un acuerdo con los posibles clientes en el cual constaran los diferentes horarios de atención, la cantidad y las diferentes formas de pago que deben realizar
Servicios a domicilio	Se da a conocer a cada uno de los clientes que se entrega a domicilio sus pedidos de las plantas que deseen, para poder satisfacer cada una de sus necesidades
Distribución del personal	El o la dueña del vivero será el encargado/a de realizar la respectiva distribución del personal en cada una de las áreas para las cuales fueron contratadas y se encargara además de hacerles conocer los horarios y jornadas de trabajo.

Nota Matriz de la propuesta de valor de VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023

4.3.9 Asociaciones Claves

Tabla 30

Asociaciones Claves

ACCIONISTA CLAVE				
Nombre	Cedula	Correo	N° Telefónico	Dirección
Ing. Nancy Morales	1719159780	nancy170983@hotmail.es	0998375891	Consejo Provincial Santa María
Sra. Jessica Morales	1722935085	jessiflakita.m@hotmail.com	0995299490	
PROVEEDORES CLAVES				
Nombre Comercial	Nombre Gerente	Dirección	N° Telefónico	Correo
INIAP		Av. Eloy Alfaro N30-350 y Av. Amazonas	022 567 645	www.eva.iniap.gob.ec info@iniap.gob.ec

Nota Matriz de asociaciones claves de VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023

4.3.10 Estructura de Costos

Tabla 31

Estructura de Costes

TIPO	DESCRIPCIÓN
Materia Prima	Servicios básicos \$ 75 Transporte \$35 Suministros y materiales \$30 Mantenimiento de la estructura \$50
Mano de Obra	Gerente \$ 700 al mes Asesor \$ 600 al mes Jefe de Logística \$550 al mes Conductor \$200 al mes Despachador \$ 450 al mes Plomero \$ 100 al mes Electricista \$200 al mes Carpintero \$ 150 al mes 2 vendedores \$ 450 c/u al mes

4.4 Análisis de la Viabilidad del Negocio

4.4.1 Flujo de fondos proyectado a los años de operación determinados

Tabla 32

Flujo de fondos

FLUJOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
VENTAS					
Cantidad Vendida		738,00	1.474,00	2.210,00	2.946,00
Precio Unitario		\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Ingreso por Ventas		\$ 110.700,00	\$ 221.100,00	\$ 331.500,00	\$ 441.900,00
Costos					
Costo de Produccion y Ventas		\$ 93.300,00	\$ 97.032,00	\$ 100.091,28	\$ 104.949,81
Gastos					
Gastos de Operación		\$ 18.600,00	\$ 19.344,00	\$ 20.117,76	\$ 20.922,47
Costos Totales		\$ 111.900,00	\$ 116.376,00	\$ 120.209,04	\$ 125.872,28
Inversion	\$ -84.575,00				
FLUJO NETO(calcular)	\$ -84.575,00	\$ -1.200,00	\$ 104.724,00	\$ 211.290,96	\$ 316.027,72
FLUJO BRUTO ACTUALIZADO(calcular)	\$ -84.575,00	\$ -1.090,91	\$ 86.548,76	\$ 158.746,03	\$ 215.851,19
Utilidad Antes de Impuestos		\$ -1.090,91	\$ 86.548,76	\$ 226.364,36	\$ 215.851,19
Tributos Impuesto a la Renta 25%			\$ 21.637,19	\$ 56.591,09	\$ 53.962,80
Utilidad Bruta luego de impuestos			\$ 64.911,57	\$ 169.773,27	\$ 161.888,39

Nota Matriz de flujo de fondos de VI-VERDE. Investigadora Morales, J. marzo 2023

4.4.2 Indicadores Financieros:

4.4.2.1 VAN: Cálculo, interpretación del resultado

	-84575	-1200	104724	211290,96	316027,72
		-1200	104724	211290,96	316027,72
		2	2,74	3,8416	5,37824
FLUJO NETO A ACTUALIZADA	-	612	38.165	55.001	58.760
					127.264,16

PARA COMPARACION

TASA	VALOR VAN
10%	375.480
40%	127.264,16

Calculo de Indicadores VAN
 VAN = SUMA DE LOS FNA - INVERSION
CALCULO DEL VAN \$ 375.480,06

4.4.2.2 TIR Cálculo, interpretación del resultado

CALCULO TIR= 39,60%

CÁLCULO COSTO BENEFICIO					
FLUJOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
VENTAS					
Cantidad Vendida		738,00	1.474,00	2.210,00	2.946,00
Precio Unitario		\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Ingreso por Ventas		\$ 110.700,00	\$ 221.100,00	\$ 331.500,00	\$ 441.900,00
Costos					
Costo de Produccion y Ventas		\$ 93.300,00	\$ 97.032,00	\$ 100.091,28	\$ 104.949,81
Gastos					
Gastos de Operación		\$ 18.600,00	\$ 19.344,00	\$ 20.117,76	\$ 20.922,47
Costos Totales		\$ 111.900,00	116376	120209,04	125872,28
Inversion	-84575				
FLUJO NETO (calcular)	84575	-1200	104724	211291	316028

TOTAL INGRESOS POR VENTAS	110700	221100	331500	441900	
FNA =	\$ 110.700,00	\$ 221.100,00	\$ 331.500,00	\$ 441.900,00	
	1,1	1,21	1,331	1,4641	
ACTUALIZADOS	\$ 100.636,36	\$ 182.727,27	\$ 249.060,86	\$ 301.823,65	\$ 834.248,14
TOTAL					
TOTAL INGRESOS POR VENTAS	100.636,36	182.727,27	249.060,86	301.823,65	
FNA =	\$ 100.636,36	\$ 182.727,27	\$ 249.060,86	\$ 301.823,65	
	1,1	1,21	1,331	1,4641	
ACTUALIZADOS	\$ 91.487,60	\$ 151.014,27	\$ 187.123,11	\$ 206.149,61	\$ 635.774,60
TOTAL					

C/B= 834.248 / 635774,6 = 1,31
 El costo beneficio es mayor que 1 por tanto el proyecto es rentable

4.4.3 Conclusión Evaluación Financiera

Una de las conclusiones a considerar en la valoración financiera es que a partir del 3er año el proyecto consta con una utilidad la misma que se ve evidenciada por el 1.31 lo que hace factible y viable la ejecución del proyecto tomando en consideración con una tasa de descuento del 10%. Dándonos como resultado una tasa interna de retorno 39.60% lo que significa que vamos a recuperar la inversión en el periodo correspondiente año 2 – año 3, lo cual se evidencia en la gráfica obtenida y en el cálculo de los flujos.

4.4.4 Recomendaciones

Las recomendaciones del proyecto se basan en mantener servicios sea de asistencia comercial, de operaciones, tributarios que consten mediante factura lo que proporciona un mayor flujo de efectivo a la empresa en no gasto de retribuciones sociales publicas la empresa garantizara un valor o aporte para la contratación de un fondo privado de inversión que le permita poder generar cobertura de salud así como de jubilación ya que en el mercado local tenemos la existencia de entidades que realizan esté tipo de servicios.

Como segunda recomendación para alcanzar los objetivos establecidos, la empresa debe tener una política que le permita capacitar de forma continua a su equipo comercial en relación a estrategias de mercado y a su personal operativo en servicios de atención al cliente generando así condiciones que le permitan a la empresa crecer y mantenerse en el tiempo.

4.5 Financiamiento

El financiamiento para nuestro emprendimiento será en una parte con fondos propios y para cubrir lo que haga falta se realizará un crédito como se detalla a continuación:

Tabla 33*Préstamo otorgado por el Banco*

PERIODO	DEUDA INICIAL	TASA DE INTERES	INTERESES	AMORTIZACIÓN	PAGO	DEUDA FINAL
1	10000	1,69	2816,67	1666,67	4483,33	8333,33
2	8333,33	2,69	3736,11	1666,67	5402,78	6666,66
3	6666,66	3,69	4100,00	1666,67	5766,66	4999,99
4	4999,99	4,69	3908,33	1666,67	5574,99	3333,32
5	3333,32	5,69	3161,10	1666,67	4827,77	1666,65
6	1666,65	6,69	1858,31	1666,67	3524,98	-0,02

Nota Matriz de cálculo de alícuotas del pago de préstamo de VI-VERDE. Investigadora Morales, J.

marzo 2023

5. CONCLUSIONES

Una vez terminado el trabajo de investigación acerca del Modelo CANVAS para la creación del vivero VI-VERDE parroquia de Cotocollao Quito, se concluye que:

➤ La fundamentación teórica planteada en el trabajo de investigación ayudo para ir desarrollado el mismo ya que se basa en el modelo de negocios CANVAS, el cual sustenta cada uno de los conocimientos adquiridos para la creación del Vivero VI-VERDE.

➤ Con el diagnostico situacional que se realizó en la investigación, podemos llegar a la conclusión diciendo que la viabilidad de la creación del vivero si es posible, esto se puede afirmar tomando en cuenta los resultados obtenidos a través de las encuestas que se aplico a las 280 personas encuestadas.

➤ Con el Modelo de negocios CANVAS nos permite plasmar cada una de las estrategias y los recursos necesarios que se utilizaran para satisfacer cada una de las necesidades de nuestros clientes.

6. RECOMENDACIONES

➤ Se recomienda seguir investigando y aplicar los conocimientos acerca del Modelo de negocios CANVAS para la creación de los diferentes emprendimientos que se pueden dar en el futuro y que este trabajo sirva como guía para fundamentar teóricamente otros trabajos.

➤ Realizar ferias o exposiciones acerca del vivero y lo que le conforma es decir exponer sobre el cuidado y tratamiento de las plantas, hablar sobre la importancia que tiene el tener y cuidar una plantita en casa,

➤ Concientizar en la gente la importancia de amar a la naturaleza y al medio ambiente, haciendo de reciclar todo lo que se pueda utilizar como macetero para sembrar una planta ya que ellas dan vida y alegría a la casa.

Bibliografía

- Alcalde, J. (14 de junio de 2017). *Modelo Canvas*. *Economipedia.com*. Obtenido de Obtenido de Modelo Canvas: Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigacion Introducciona la Metodología Científica*. Caracas: Episteme, C. A.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*.
- Carazo, J. (14 de junio de 2017). *MOELO CANVAS*. Obtenido de Obtenido de:
<https://economipedia.com/definiciones/modelocanvas.html#:~:text=El%20modelo%20o%20nvas%20se%20utiliza,utilizan%20post%20Dits%20para%20completarlo.>
- Congreso Nacional. (2012). *CODIGO DEL TRABAJO*.
- García, F. (2002). *EL CUESTIONARIO* (PRIMERA ed.). LIMUSA. SA DE CV. Obtenido de Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario.
- Herrera, D. (2015). El modelo CANVAS en la formulación de proyectos. En *D. C. Herrera, El modelo CANVAS en la formulación de proyectos* (págs. 118-142).
- Hurtado, J. (2012). *El Proyecto de Investigación*. En *J, Hurtado, Comprensión holística de la investigación y la metodología*. Venezuela: Quiron.
- Larriba, L. (12 de febrero de 2016). *Quién es Alexander Osterwalder y su Business Model Canvas*. Obtenido de Obtenido de : www.billage.es/blog/alexander-osterwalderbusiness-model-canvas/
- Ministerio del Ambiente. (2014). *Guía Técnica Manejo de Viveros Forestales*. Chimborazo-Ecuador: Grupo Ingenioz.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2016). *BUSINESS MODEL CANVAS*. Obtenido de Obtenido de: <https://www.monempresarial.com/2020/07/17/alexander-osterwalder-y-el-business-model-canvas-bmc/>

R. Frost, I. (2012). *Panorama de la ISO 9001 y de la ISO 14001*. Obtenido de <https://www.fcad.uner.edu.ar/wp-content/uploads/file/proyectos%20extension/calidad%20nivel%20II/Conceptos-basicos-ISO-9001-y-14001.pdf>

Santandreu, M., & Canos, L. (26 de junio de 2014). *iness Model Canvas y redacción del Plan*. Obtenido de Obtenido de Business Model Canvas y redacción del Plan de Negocio: <http://hdl.handle.net/10251/38381>

Suarez, N. (2018). *Procesos y Fudamentos de la Investigación Científica*. Machala: UTMACH.

8. ANEXOS

Anexo 1

Formato de Encuesta

TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO PICHINCHA

Encuesta de opinión

Objetivo: Recolectar información relacionada con un emprendimiento, por lo que le solicito responder con la mayor sinceridad posible para poder realizar este proyecto Vivero Vi Verde. Gracias por su información

Instrucciones: Por favor señale la alternativa que considere adecuada a su criterio, colocando una cruz en el casillero correspondiente.

1.- ¿Le gustaría que se abra un vivero en el sector donde usted vive?

Puede ser De acuerdo Tal vez

2.- ¿Tiene en su domicilio tiene espacio para colocar unas plantas?

Ningún espacio Poco espacio Mucho espacio

Un jardín

Un patio

3.- ¿Qué plantas les gustan más?

Florales Ornamentales Frutales

Forestales Medicinales

4.- ¿Sabe cómo se las debe cuidar a cada una de las plantas?

Si sé

No sé

Tal vez

5.- ¿En qué tiempo u ocasiones adquiere las plantas?

Verano Invierno Eventos

6.- ¿Con qué frecuencia las adquiere?

Semanal Mensual No adquiere

7.- ¿En dónde consigue las Plantas?

Vivero Amigo Ventas ambulantes

8.- Para usted ¿Cuál es el criterio de decisión más importante en el momento de comprar una planta?

Tamaño Precio Estado en que se encuentra

9.- ¿Cómo le gustaría que se realice la venta de las plantas?

Personalizada Entrega a domicilio Intermediarios

10.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto?

\$1-\$5 \$6-\$10 \$11-15 \$16-\$20

