



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto Previo a la Obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas.

AUTORES:

Peter Ken Burgos Bajaña

Rodrigo Patricio Cuesta Bucheli

Carla Alejandra Muñoz Quinaluisa

Adriana Lucía Oleas Astudillo

Alex Alberto Rea Arboleda

Dennis Paulina Revelo Rodríguez

TUTOR:

Ing. Odette Pantoja Díaz, PhD

Plan de Negocios para la creación del emprendimiento "Diseño, Implementación y Mantenimiento de Jardines en Espacios Residenciales en el Distrito Metropolitano de Quito" para el Año 2024.

Resumen Ejecutivo

Este proyecto de titulación se enfoca en la creación de un emprendimiento dedicado al diseño, implementación y mantenimiento de jardines en espacios residenciales, con un enfoque específico en la ciudad de Quito. La investigación se basó en encuestas y entrevistas que proporcionaron información valiosa sobre las necesidades y preferencias de los clientes potenciales.

El análisis financiero respalda la viabilidad económica de la propuesta, demostrando que el negocio es rentable a corto y largo plazo. Se consideraron diversos factores, como costos operativos, inversión inicial y precios competitivos en el mercado local. Además, se identificaron oportunidades de crecimiento y expansión a medida que la conciencia ambiental y la demanda por espacios verdes en entornos residenciales continúan creciendo.

El plan de negocio se centra en ofrecer servicios integrales que van desde el diseño personalizado de jardines hasta su implementación y mantenimiento regular. Se destaca la importancia de la sostenibilidad y la utilización de prácticas amigables con el medio ambiente en todas las fases del proceso. Además, se planea aprovechar las redes sociales como una herramienta fundamental para la promoción del emprendimiento.

La propuesta destaca la diferenciación competitiva a través de la calidad del servicio, la creatividad en el diseño y la atención personalizada al cliente. La empresa se compromete a utilizar tecnologías innovadoras para optimizar las operaciones y mejorar la eficiencia en la gestión de proyectos.

En resumen, el plan de negocio para el emprendimiento de Diseño, Implementación y Mantenimiento de Jardines en Espacios Residenciales en Quito demuestra ser una iniciativa sólida y rentable. Con un enfoque centrado en el cliente, la sostenibilidad y la innovación, la empresa tiene el potencial de establecerse como líder en el mercado local y contribuir positivamente al entorno urbano de la ciudad.

Palabras clave: Jardín, servicio, implementación, diseño.

Abstract

This graduation project focuses on the establishment of a venture dedicated to the design, implementation, and maintenance of gardens in residential spaces, with a specific focus on the city of Quito. The research was based on surveys and interviews, providing valuable insights into the needs and preferences of potential clients.

The financial analysis supports the economic viability of the proposal, demonstrating that the business is profitable in the short and long term. Various factors, such as operational costs, initial investment, and competitive pricing in the local market, were considered. Furthermore, opportunities for growth and expansion were identified as environmental awareness and demand for green spaces in residential areas continue to rise.

The business plan revolves around providing comprehensive services ranging from custom garden design to regular implementation and maintenance. Emphasis is placed on the importance of sustainability and the use of environmentally friendly practices throughout the process. Additionally, leveraging social media is planned as a fundamental tool for promoting the venture.

The proposal highlights competitive differentiation through service quality, creativity in design, and personalized customer attention. The company is committed to using innovative technologies to streamline operations and enhance project management efficiency.

In summary, the business plan for the Design, Implementation, and Maintenance of Gardens in Residential Spaces in Quito proves to be a robust and profitable initiative. With a customer-centric approach, a focus on sustainability, and innovation, the company has the

potential to establish itself as a leader in the local market and positively contribute to the urban environment of the city.

Keywords: Garden, service, implementation, design.

Dedicatorias

Dedico este proyecto a mi esposo, Paúl, quien me ha acompañado e impulsado a alcanzar este logro, y a mis hijos, Adrián y Dayanara, para quienes espero sentar un ejemplo de esfuerzo, dedicación y perseverancia en alcanzar los sueños y metas.

Adriana Lucía Oleas Astudillo

Dedico la presente como agradecimiento al apoyo brindado durante estos años de estudio a toda mi familia sobre todo a mi hija que me impulsa a mejorar cada día y que me ha hecho entender que nunca es tarde para aprender y conseguir los sueños, metas y objetivos que nos proponemos en la vida.

Dennís Paulina Revelo Rodríguez

Quiero dedicar el presente proyecto a mi familia, amigos y novio, ya que han sido un impulso fundamental para brindar mi mejor esfuerzo en cada fase de su desarrollo. El respaldo incondicional que he recibido por parte de ellos ha sido crucial para lograr la culminación de este trabajo con total satisfacción.

Carla Alejandra Muñoz Quinaluisa

A mi familia entera, por su empuje y motivación incondicional para culminar este objetivo, mis padres por forjarme con el ejemplo de la perseverancia y humildad, mis hermanos por acompañarme en este camino y a mis sobrinos por toda su energía y dedicación para avanzar, sin su apoyo no habría dado el mayor paso para caminar y cumplir esta meta.

Alex Alberto Rea Arboleda

A Dios, a mi querida familia, mi madre Zoila, mis hijas Vianca y Kiara, por ser mi luz en los momentos más oscuros, su amor incondicional y su apoyo constante han sido mi mayor fortaleza.

A mis estimados jefes, Marcos y Dayanara, por ser más que guías profesionales: han sido mentores dedicados, inspirándome a alcanzar mis metas más ambiciosas.

A mis leales compañeros de oficina y de carrera de carrera, quienes han compartido conmigo risas, desafíos y triunfos. Su amistad y compañerismo han hecho de este viaje académico una experiencia inolvidable.

Peter Ken Burgos Bajaña

A mi amado padre celestial, Dios todo poderoso.

A mi incondicional familia.

A mis amigos y compañeros de la UIDE.

A mi hijo Mateo Ignacio. Siempre serás mi motor.

Rodrigo Patricio Cuesta Bucheli.

Agradecimientos

Agradezco a todas las personas que en mayor o menor forma han sido parte de este proyecto que representa la culminación de varios años de estudio y esfuerzo: a mis profesores por brindarme su tiempo y sus conocimientos; a mis compañeros de proyecto y amigos Carlita, Rodri, Alex, Denni y Pete, sin quienes este trabajo no habría sido posible y quienes han sido ayuda, apoyo y ánimos cuando más se los necesitaba; a mi esposo por hacer realidad de tantas formas mi sueño de estudiar; y a mis hijos por ser mi motivación e impulso para mejorar cada día, y a crecer y aprender para ser una mejor persona.

Adriana Lucía Oleas Astudillo

Este proyecto, representa un logro significativo en mi vida personal y profesional, por lo que deseo expresar mi agradecimiento, en primer lugar, a Dios por brindarme la oportunidad de completar este camino con salud y sabiduría. Además, quiero reconocer a mi familia, quienes han respaldado cada etapa, ofreciéndome un apoyo incondicional y compartiendo su aliento constante.

Agradezco a los docentes que, a lo largo de los semestres, han compartido sus conocimientos en las diversas asignaturas, contribuyendo así a mi formación académica. Mi reconocimiento se dirige también a mis compañeros y ahora amigos, cuya dedicación y participación han sido fundamentales en el desarrollo exitoso de este proyecto.

Un agradecimiento especial lo reservo para Roberto Barrionuevo, mi mentor profesional, quien siempre confió en mi potencial y supo desde el inicio que esta decisión de emprender la carrera culminaría con éxito. Su guía y apoyo han sido invaluable en mi trayectoria académica y profesional.

Agradezco a todos aquellos que han sido parte de este viaje, contribuyendo de diversas formas a mi crecimiento y permitiéndonos alcanzar juntos este logro significativo.

Carla Alejandra Muñoz Quinaluisa

Este proyecto lo agradezco en primera instancia a Dios porque es mi fuente inquebrantable para fortalecerme día a día con su luz, sabiduría y guía incansable, a la vida por darme una familia maravillosa quienes son mi refugio de bienestar y apoyo constante en cada decisión de mi vida, a mis amigos que siempre están dispuestos a que llegue a culminar cualquier objetivo trazado, a mis Profesores de la UIDE que entregaron en cada hora de clase su conocimiento y fueron parte de este caminar, no puedo dejar de agradecer a mis compañeros con quienes compartí los momentos de preocupación por avanzar, de alegría por conseguir objetivos y porque juntos logramos en equipo llegar a esta meta .

Alex Alberto Rea Arboleda

Agradezco infinitamente a quienes han sido pilares fundamentales en este camino académico y personal. En primer lugar, a mi familia, por su amor incondicional y apoyo constante. A mi madre, por su dedicación y sacrificio, y a mis hijas Vianca y Kiara, por su alegría y vitalidad que han iluminado mis días.

Agradezco de corazón a mis jefes, Marcos y Dayanara, por brindarme la oportunidad de crecer profesionalmente y por su invaluable mentoría.

Por último, a mis compañeros de carrera, profesores, y todas las personas que, con su conocimiento, orientación y confianza, contribuyeron a la realización de este proyecto. Su apoyo ha sido fundamental en mi crecimiento académico y personal, y les estaré eternamente agradecido.

Peter Ken Burgos Bajaña

La elaboración de este proyecto ha sido un viaje constante de auto crecimiento con la gran guía de mis profesores y compañeros de la Universidad Internacional del Ecuador.

Representa la culminación de horas de dedicación y esfuerzo de todos quienes lo hemos elaborado.

Gracias a Dios, por enseñarme que su tiempo es perfecto; gracias a mi familia, que han sido mi soporte constante en todo momento; gracias a mis grandes amigos, que me dieron ánimo y motivación cuando más flaqueaba; especialmente gracias a mi hijo Mateo Ignacio, quien es la razón principal de cada paso que doy en este mundo.

Rodrigo Patricio Cuesta Bucheli.

Agradezco a Dios por lo sabiduría que me ha dado y que me permitió tomar la decisión de emprender este tan anhelado camino de estudios, a mis padres por su apoyo y amor incondicional, a mi hija Antonella que a pesar de su corta edad ha sabido comprender la importancia de este reto para mí y todo lo que significa el mismo, a mi novio Alex que con sus palabras de aliento me ha impulsado a seguir adelante y perseverar por la meta planteada y finalmente quiero agradecer a mis amigos Adri, Carlita, Alex, Pete y Rodri por su paciencia y su cariño, sin ellos nada de esto hubiese sido posible.

Dennis Paulina Revelo Rodríguez

Índice de Contenidos

1	FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO.....	32
1.1	Hallazgos de la investigación documental	32
1.2	Investigación de campo	35
1.3	Necesidades y características del segmento estudiado.....	44
1.4	Perfil del cliente (Customer Profile)	45
1.5	Clasificar (importancia), frustraciones (intensidad) y alegrías (relevancia) (Mapa de empatía).....	47
1.6	Mapa de actores.....	48
2	IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	51
2.1	Problemas del segmento seleccionado	51
2.2	Selección del problema de mayor oportunidad de mercado	51
2.3	Árbol de problemas	53
2.4	Propuesta inicial (Fase 3 de Ideación) (con innovación e impacto social)	54
3	IDEA DE NEGOCIO	56
3.1	Idea del proyecto Problem-Solution Fit:	56
3.1.1	Producto o servicio	58
3.1.2	Características de la propuesta.....	58
3.1.3	Propuesta de valor específica (Lienzo de PV)	59
3.1.4	Modelo de monetización.....	60
3.2	Prototipaje 1.0	62
3.2.1	Lean CANVAS	62
3.2.2	Opciones de prototipos	70
3.3	Análisis del Macroentorno – PESTEL	73
3.4	Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas Competitivas de Porter.....	84
3.5	Matriz FODA	87
4	VALIDACIÓN DE FACTIBILIDAD – VIABILIDAD – DESEABILIDAD	93
4.1	Investigación de Mercado al Mercado Objetivo	93
4.1.1	Población (mercado objetivo).....	95
4.1.2	Muestra	97

4.1.3	Instrumento de recolección de información.....	99
4.1.4	Indicadores para la medición de datos y análisis de resultados	108
4.2	Validación de segmento de mercado. Testing (Designing Strong Experiments)....	109
4.3	Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit)	110
4.3.1	Product-Market Fit CANVAS	110
4.3.2	Explicar cómo la propuesta llega a ser factible, viable y deseable	113
4.4	Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo).	115
4.4.1	PMV Canvas	115
4.4.2	Landing Page	119
4.4.3	Actualización del modelo de Monetización.....	122
5	PLAN DE MARKETING	125
5.1	Establecimiento de Objetivos.....	125
5.2	Estrategias de Marketing Mix (4Ps).....	126
5.3	Estrategias de Diferenciación.....	133
5.4	Presupuesto de Marketing	136
6	ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL.....	139
6.1	Localización	139
6.2	Diseño Organizacional (Organigrama)	140
6.3	Operaciones (Mapa de procesos)	147
6.4	Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujogramas)	150
6.5	Conformación legal	157
7	EVALUACIÓN FINANCIERA	159
7.1	Inversión Inicial.....	159
7.2	Estados Financieros (Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja)	165
7.3	Presupuesto de ventas.....	168
7.4	Punto de Equilibrio.....	171
7.5	Indicadores Financieros (VAN - TIR - Período de recuperación, WACC)	173
8	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	175
8.1	Conclusiones	175
8.2	Recomendaciones.....	175

9	BIBLIOGRAFÍA	177
10	ANEXOS.....	179
10.1	Anexo 1	179
10.2	Anexo 2	180

Índice de Tablas

Tabla 1	56
Tabla 2	139
Tabla 3	159
Tabla 4	160
Tabla 5	160
Tabla 6	161
Tabla 7	162
Tabla 8	163
Tabla 9	164
Tabla 10	165
Tabla 11	166
Tabla 12	167
Tabla 13	168
Tabla 14	168
Tabla 15	169
Tabla 16	170
Tabla 17	174
Tabla 18	174
Tabla 19	179
Tabla 20	180

Índice de Figuras

Figura 1	33
Figura 2	35
Figura 3	36
Figura 4	36
Figura 5	37
Figura 6	38
Figura 7	38
Figura 8	39
Figura 9	40
Figura 10	41
Figura 11	41
Figura 12	42
Figura 13	45
Figura 14	47
Figura 15	48
Figura 16	53
Figura 17	57
Figura 18	59
Figura 19	62
Figura 20	71
Figura 21	71
Figura 22	72
Figura 23	72
Figura 24	73
Figura 25	84
Figura 26	87
Figura 27	94
Figura 28	95
Figura 29	98
Figura 30	100
Figura 31	101

Figura 32	102
Figura 33	103
Figura 34	104
Figura 35	105
Figura 36	106
Figura 37	107
Figura 38	108
Figura 39	110
Figura 40	115
Figura 41	120
Figura 42	120
Figura 43	121
Figura 44	121
Figura 45	122
Figura 46	139
Figura 47	144
Figura 48	147
Figura 49	150
Figura 50	151
Figura 51	153
Figura 52	154
Figura 53	155
Figura 54	156
Figura 55	157
Figura 56	171
Figura 57	172
Figura 58	172
Figura 59	173
Figura 60	174

Introducción

En un mundo cada vez más urbanizado, donde la creación y el mantenimiento de entornos verdes y armoniosos en espacios residenciales han adquirido una relevancia fundamental. Los jardines y áreas verdes no solo embellecen las propiedades, sino que también desempeñan un papel trascendental en el bienestar físico y emocional de quienes tienen el privilegio de disfrutarlos. En este ámbito, surge la necesidad de abordar el tema de "Diseño e Implementación de Jardines en Espacios Residenciales" como el núcleo del presente proyecto de grado.

Esta problemática adquiere una dimensión crítica en Ecuador, donde la urbanización desordenada y el rápido crecimiento urbano han llevado a la construcción de viviendas en espacios reducidos, con un énfasis insuficiente en la inclusión de áreas verdes en las residencias. Además, la disponibilidad limitada de espacios públicos verdes en muchas ciudades ecuatorianas agrava aún más esta problemática. La falta de planificación urbanística adecuada y la disminución de la vegetación en las áreas residenciales han dado como resultado la reducción de opciones para la recreación al aire libre y el contacto con la naturaleza. Esta situación impacta directamente en la calidad de vida de los residentes, contribuyendo al estrés, la falta de bienestar y la sensación de aislamiento.

Además, tiene consecuencias negativas para el entorno medioambiental al fomentar la fragmentación del hábitat y la pérdida de biodiversidad. En este sentido, la creación de jardines en espacios residenciales de dimensiones reducidas, optimizados para mejorar la calidad de vida, se presenta como una solución valiosa. A pesar de la existencia de competencia en el sector del paisajismo y la jardinería, la especialización en la optimización de espacios pequeños y la atención personalizada a las necesidades de los clientes pueden ser

factores diferenciadores clave en el mercado ecuatoriano. Este proyecto de grado se propone desarrollar un plan de negocios para abordar esta problemática, brindando soluciones que aporten a la mejora de la calidad de vida de los residentes y a la promoción de la sostenibilidad medioambiental en Ecuador.

Este trabajo encuentra su importancia en múltiples motivaciones esenciales. En primer lugar, responde a la creciente problemática de la ausencia de áreas verdes y jardines cuidadosa y meticulosamente diseñados en entornos residenciales, una ausencia que puede tener un impacto adverso en la calidad de vida de quienes habitan en estas áreas. Es por ello por lo que la creciente urbanización y la disminución de espacios verdes naturales hacen que la creación de jardines en entornos residenciales se convierta en una necesidad esencial para contrarrestar el desequilibrio ecológico y mejorar la calidad de vida de las personas y comunidades.

El presente proyecto tiene como objetivo abordar de manera integral la planificación y ejecución de jardines en espacios residenciales, considerando la funcionalidad, la estética, la sostenibilidad y el bienestar de los usuarios como pilares fundamentales. Además, se tendrán en cuenta aspectos económicos y de mercado, con el propósito de establecer un plan de negocios sólido y sostenible que avale la viabilidad de la propuesta empresarial.

Para llevar a cabo este trabajo, se empleará un enfoque metodológico exhaustivo y multifacético. Esto incluye una revisión exhaustiva de la literatura existente, la realización de métodos de recopilación de información como encuestas y/o entrevistas a potenciales usuarios y clientes, así como el análisis de la competencia y la identificación de tendencias en el mercado del diseño y la implementación de jardines en espacios residenciales. Este

enfoque metodológico permitirá una comprensión profunda de las necesidades del mercado y de los factores clave que influirán en el éxito de la propuesta de emprendimiento.

En resumen, este proyecto de grado se enfrentará al desafío de elaborar un plan de negocios para la creación del emprendimiento de Diseño e Implementación de Jardines en Espacios Residenciales, con el objetivo de satisfacer una necesidad creciente en la sociedad contemporánea. A través de un enfoque multidisciplinario y la aplicación de metodologías sólidas, se buscará no solo desarrollar una propuesta de negocio exitosa, sino también contribuir al bienestar de las personas y comunidades al promover la integración de la naturaleza en el entorno residencial. Este trabajo representa un paso significativo hacia la creación de entornos residenciales más atractivos y sostenibles, al tiempo que abre oportunidades de desarrollo empresarial en un mercado en crecimiento constante, considerando que no existe una amplia competencia o negocios que tengan este enfoque de equilibrio en la vida de las personas dentro de sus hogares, lo que nos permitirá crear una propuesta de negocio líder e innovador en la sociedad, con un alto impacto en el bienestar.

Los potenciales clientes que opten por el emprendimiento de Diseño e Implementación de Jardines en Espacios Residenciales obtendrán una amplia gama de beneficios que mejorarán su calidad de vida y lograrán satisfacer sus necesidades estéticas y funcionales. Entre los beneficios se incluyen la mejora del entorno residencial, la promoción del bienestar y la salud, el aumento del valor de la propiedad, el ahorro de tiempo y esfuerzo, la sostenibilidad ambiental, la personalización y la creatividad en el diseño, la mejora de la funcionalidad del espacio, el asesoramiento experto y una experiencia única sin complicaciones en la creación y mantenimiento de jardines, de forma que se sienta acompañado en esta nueva experiencia de vida. Esta iniciativa busca optimizar el

aprovechamiento del espacio, con el propósito de mejorar la calidad de vida de los residentes y promover la sostenibilidad medioambiental.

Objetivo General

- Desarrollar un plan de negocios con el fin de establecer el emprendimiento de “Diseño e Implementación de Jardines en Espacios Residenciales”, centrándose en satisfacer la creciente demanda de jardines cuidadosamente diseñados y funcionales en entornos residenciales de dimensiones reducidas.

Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades y preferencias del mercado
Realizar un análisis detallado y minucioso de las necesidades y preferencias de los clientes potenciales con relación al diseño y la implementación de jardines en espacios residenciales.
Esto incluirá la consideración de aspectos estéticos, funcionales y medioambientales.
- Investigar las tendencias y mejores prácticas en el diseño de jardines
Realizar una revisión exhaustiva de las tendencias actuales en el diseño de jardines y paisajismo, así como de las mejores prácticas en la implementación de proyectos de jardinería residencial.
Esto permitirá incorporar ideas innovadoras y contemporáneas en el plan de negocios.
- Evaluar la viabilidad económica
Llevar a cabo un análisis financiero detallado para determinar la viabilidad económica

del emprendimiento.

Esto incluirá la estimación de costos, la proyección de ingresos y la evaluación de la rentabilidad a corto y largo plazo.

- Desarrollar estrategias de marketing y promoción

Diseñar estrategias efectivas de marketing y promoción para dar a conocer el emprendimiento y atraer a los clientes potenciales.

Esto incluirá la identificación de canales de comercialización adecuados y la creación de una marca sólida.

- Establecer prácticas sostenibles

Integrar prácticas de diseño y mantenimiento respetuosas con el medio ambiente en la propuesta de negocio, con el objetivo de reducir el impacto ambiental de los proyectos y promover la conservación de recursos naturales.

Estos objetivos específicos se orientan a la creación de un plan de negocios integral que aborde de manera efectiva la demanda de diseños de jardines en espacios residenciales, brindando a los clientes soluciones a la medida, de forma que mejoren su bienestar y calidad de vida, al tiempo que fomentan la sostenibilidad ambiental.

1 Fase de Empatía incluyendo Marco Teórico

1.1 Hallazgos de la investigación documental

Antecedentes de los jardines

La implementación de jardines verticales de interior como técnica de construcción están registrados desde 1988, cuando el botánico Francés Patrick Blanc, inició la instalación de vegetación sobre muros, esto después de un viaje a Tailandia, donde pudo apreciar la adaptabilidad de las plantas sobre cualquier superficie, en cuanto no tengan carencia de luz y agua. Aplicó la primera instalación en su casa en Francia y pudo determinar que el principal factor es la selección de la vegetación según cada lugar, para que estas puedan tener adaptabilidad a la radiación de cada lugar. (Savinio, 2012, febrero 10, p.2).

Según varios estudios, tener jardines interiores, ayudan a purificar el aire al absorber dióxido de carbono y liberar oxígeno durante la fotosíntesis. Además, algunas plantas, como el Espatifilo (*Spathiphyllum*) y la serpiente en maceta (*Sansevieria*), tienen la capacidad de filtrar toxinas comunes en el aire, como el formaldehído y el benceno, lo que contribuye a un ambiente más saludable en interiores (Wolverton, 1989). La presencia de plantas y la conexión con la naturaleza pueden reducir el estrés y la ansiedad. Estudios como el realizado por Park y Mattson (2009) sugieren que la jardinería interior puede disminuir los niveles de cortisol, una hormona relacionada con el estrés, y aumentar la sensación de bienestar psicológico (Mattson, 2009). Tener un jardín interior puede estimular la creatividad y mejorar la concentración. Investigaciones realizadas por (Kaplan & Kaplan, 1989) han demostrado que la presencia de elementos naturales en el entorno de trabajo puede aumentar la productividad y la satisfacción laboral, también pueden tener un impacto positivo en el estado de ánimo, dado que la exposición a la naturaleza, incluso en entornos simulados como los jardines interiores, puede ayudar a reducir los síntomas de la depresión y mejorar la salud

mental en general.

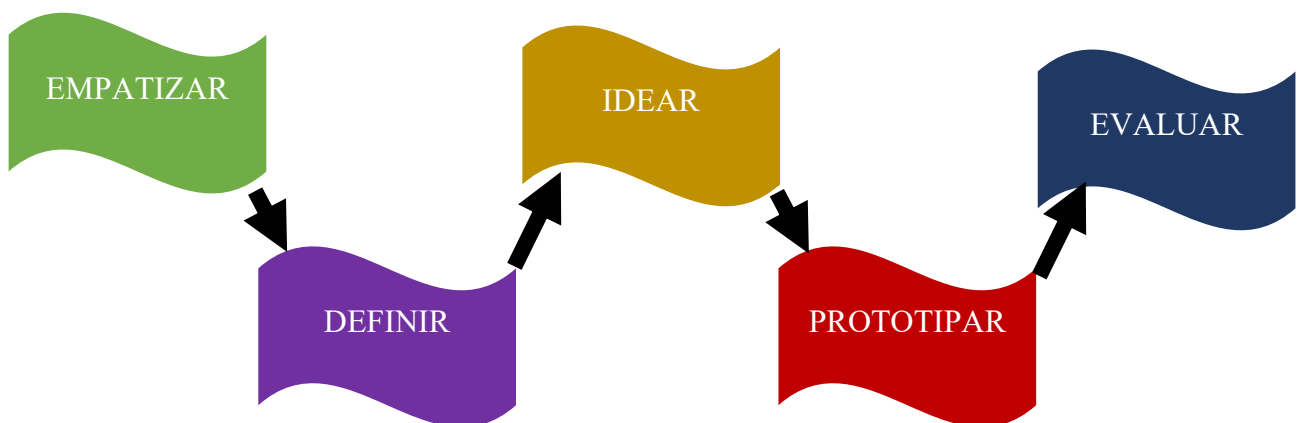
Método Design Thinking

Bajo la premisa de que el consumidor actual no es lineal y prefiere que sus necesidades sean cubiertas con un enfoque más personal. Para respaldar el presente trabajo, se ha decidido emplear herramientas como el Design Thinking. El "Design Thinking" es un enfoque creativo y encaminado al usuario; que se utiliza para abordar problemas y crear soluciones innovadoras. Este enfoque se centra en la empatía, la colaboración y la experimentación, y se aplica en diversos campos, desde el diseño de productos, hasta la solución de desafíos empresariales. De acuerdo con Tim Brown, CEO de IDEO, una destacada firma de diseño, el Design Thinking se definiría como una disciplina que hace uso de la sensibilidad y los distintos métodos de los diseñadores para ajustarse a las necesidades de las personas con lo que es posible y lo que una estrategia factible puede convertir en valor para el cliente (Brown, 2008).

El Design Thinking sigue un proceso de 5 etapas, como se puede visualizar en la figura 1:

Figura 1

Etapas del Design Thinking



Estas cinco etapas del Design Thinking, que son Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Evaluar, forman un ciclo iterativo en el que se avanza y se retrocede según sea necesario para llegar a soluciones efectivas y centradas en el usuario. Estas etapas se definen de la siguiente manera:

1. Empatizar: En esta fase, se busca comprender profundamente las necesidades, deseos y emociones de los usuarios. Se trata de ponerse en el lugar del usuario para identificar los problemas reales que deben resolverse.
2. Definir: En esta etapa, se sintetiza la información recopilada en la etapa de empatía para definir claramente el problema o desafío a abordar. Esto implica la creación de una declaración de problema que sea específica y centrada en el usuario.
3. Idear: Aquí es donde se fomenta la generación de ideas creativas. Se busca pensar fuera de la caja y explorar una variedad de soluciones posibles. La colaboración y la diversidad de perspectivas son clave en esta etapa.
4. Prototipar: Se crea un prototipo o representación tangible de las ideas generadas en la etapa de ideación. Estos prototipos pueden ser simples maquetas o representaciones visuales que ayuden a visualizar las soluciones de manera concreta.
5. Evaluar o Testear: En esta fase, se presenta el prototipo a los usuarios y se recopila su retroalimentación. El objetivo es evaluar cómo responden los usuarios al prototipo y si cumple con sus necesidades. Esta retroalimentación se utiliza para realizar mejoras y refinar la solución.

1.2 Investigación de campo

La herramienta empleada para realizar la recopilación de información del presente trabajo de investigación fue la encuesta, que permite contar con información de primera mano a fin de conocer opiniones o experiencias respecto a un determinado tema, y en el caso de este proyecto, se requiere conocer dichas opiniones para el Diseño e Implementación de Jardines en Espacios Residenciales.

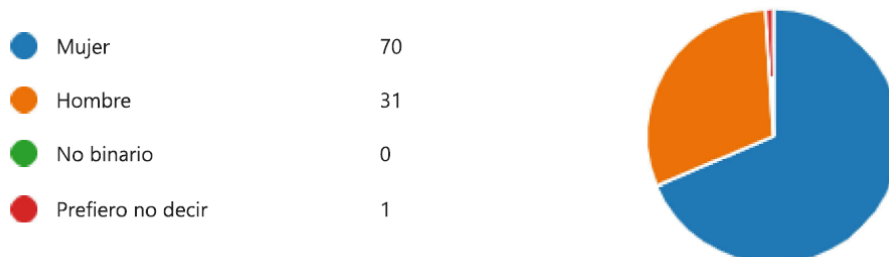
Para el caso de estudio se elaboró y ejecutó una encuesta que contiene 11 preguntas, las cuales se darán a conocer a continuación con el detalle de los datos recogidos y los hallazgos recibidos luego de su aplicación en 103 encuestados. El contenido de cada pregunta se visualiza en las figuras gráficas y se enlistan según el criterio principal de cada una. El objetivo de esta encuesta es conocer e identificar el mercado, sus necesidades y condiciones con el objeto de validar la viabilidad del presente proyecto.

1. Género

Figura 2

Encuesta 1, pregunta 1

1. ¿Cuál es su género?



De acuerdo con el resultado obtenido en una muestra de 103 encuestas, se evidencia en la figura 2 una población mayoritaria de 70 personas de género femenino, seguido de 31

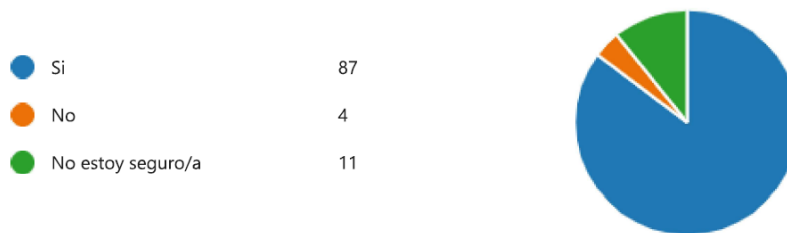
personas de género masculino y una persona que no responde su género.

2. Interés en el producto / servicio

Figura 3

Encuesta 1, pregunta 2

2. ¿Estaría interesado/a en tener un jardín interior en su espacio residencial?



Se obtuvo una mayoría de 87 personas que tienen interés en tener un espacio acondicionado como jardín en su residencia, seguido de 11 personas que no están seguros y finalmente 4 personas que no están dispuestas a tener un jardín en su espacio residencial. Los resultados de esta pregunta (evidenciados en la figura 3) permiten avanzar con la viabilidad del proyecto por su elevada aceptación.

3. Asesoría

Figura 4

Encuesta 1, pregunta 3

3. ¿Estaría dispuesto/a a recibir asesoría profesional para el diseño y la implementación de un jardín interior en su espacio residencial?



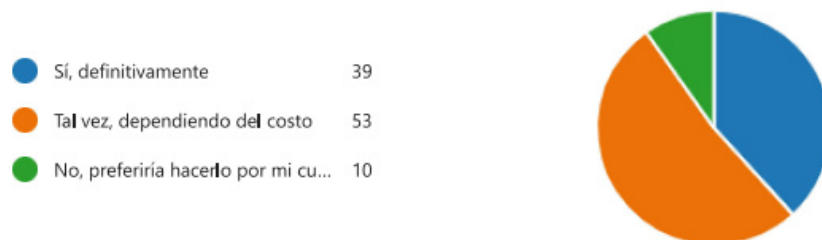
En la figura 4 se expone la tercera pregunta de la encuesta, y según los resultados obtenidos, 46 personas están dispuestas a recibir asesoría para el diseño e implementación de jardines en espacios residenciales, seguido de una mayoría de 52 personas que tal vez estarían dispuestas a aceptar, dependiendo de la complejidad del proyecto y su costo, y apenas 4 personas no están de acuerdo. El resultado mayoritario de la aceptación con condición para tener asesoría reafirma un comportamiento lógico y normal en el mercado ya que los consumidores anteponen el precio como determinante para una compra.

4. Mantenimiento

Figura 5

Encuesta 1, pregunta 4

4. ¿Estaría dispuesto/a a invertir en el servicio de mantenimiento del jardín en su propiedad?



Del total de 103 encuestas en el resultado expuesto en la figura 5, que contiene la cuarta pregunta de la encuesta realizada, 39 personas están dispuestas a pagar no solo por el servicio de implementación sino también por el servicio de mantenimiento del jardín, resultando una aceptación para que el negocio se enfoque también en el servicio de postventa.

Adicionalmente, 53 personas del total encuestado condicionan este servicio al costo y 10 personas prefieren hacer el mantenimiento bajo sus propios cuidados y no invertir en la contratación externa del servicio. De la misma forma que la pregunta anterior el

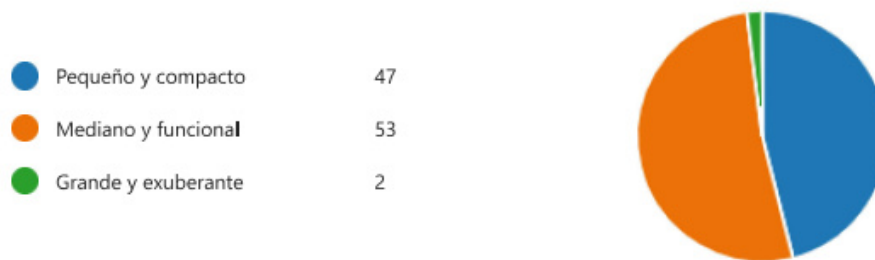
comportamiento se condiciona a un costo, sin embargo, se recalca que existe en el mercado la disposición para contratar el servicio de mantenimiento.

5. Tamaño

Figura 6

Encuesta 1, pregunta 5

5. ¿Qué tamaño de jardín considera ideal para su propiedad?



La figura 6 permite apreciar el resultado obtenido al preguntar sobre el tamaño de jardín que prefieren los consumidores al momento de implementar un jardín residencial. Tanto el tamaño pequeño y compacto, así como el mediano y funcional concentran 100 personas encuestadas, con una división de 47 y 53 personas respectivamente. Con estas cifras es posible determinar que el proyecto debe enfocarse y aprovechar los espacios de acuerdo con las dimensiones pequeñas y medianas subutilizadas en los hogares.

6. Tipo de producto

Figura 7

Encuesta 1, pregunta 6

6. ¿Qué tipo de plantas preferiría tener en su jardín ideal?



75 de las 103 personas encuestadas, tal y como se aprecia en la figura 7, prefieren flores coloridas y ornamentales para su jardín “ideal”, seguido de 32 personas que escogen hierbas aromáticas y comestibles, mientras que 26 personas prefieren jardines realizados con plantas suculentas o de especies cactus.

Finalmente 8 personas escogen la opción de “otras” plantas. En este último grupo será necesario obtener del consumidor una explicación más profunda sobre cómo desea implementar su jardín. Sin lugar a duda el público escoge en su mayoría el sentido decorativo con tendencia al ornamento más que lo funcional como una planta aromática o comestible.

7. Técnicas de diseño

Figura 8

Encuesta 1, pregunta 7

7. ¿Estaría dispuesto/a a utilizar técnicas de jardinería vertical para optimizar el espacio en su residencia?



La figura 8 contiene la pregunta número 7 y sus resultados, que indican si el cliente está dispuesto a utilizar técnicas de jardinería vertical como concepto alternativo a fin de aprovechar espacios reducidos y poco convencionales. La aceptación es de 58 personas que prefieren este concepto, seguido de 27 encuestados que aceptan siempre y cuando sea estéticamente agradable y cumpla con sus estándares de gusto y costo. Finalmente 17 personas prefieren un jardín diseñado bajo los conceptos convencionales y tradicionales.

8. Preocupaciones o limitantes

Figura 9

Encuesta 1, pregunta 8

8. ¿Tiene alguna preocupación en particular sobre la instalación de un jardín dentro de su propiedad?

● Limitaciones de espacio	37
● Costos adicionales de manteni...	55
● Problemas de acceso a la luz solar	21
● Otras	7



En la pregunta 8 (figura 9) se aprecia que los potenciales clientes tienen preocupaciones respecto a la instalación de un jardín en el interior de su propiedad. El resultado muestra que, del total de 103 encuestas, 37 personas consideran la limitación del espacio como una preocupación, 55 personas refieren el costo de mantenimiento, 21 personas se preocupan por problemas de acceso a luz solar y las últimas 7 personas expresan preocupación por otras causas.

Según el resultado de esta pregunta, al proyecto le conviene mantener las mejores propuestas para entregar al consumidor, es decir se debe exponer las soluciones respecto a espacio y diseño, así como mantener un costo que sea de aceptación para el público con el objeto de garantizar el consumo del producto y su servicio de mantenimiento. Para atender a los consumidores que tengan otras causas de preocupación será preciso conocerlas a detalle en una propuesta específica de contrato con el objeto de cumplir sus expectativas.

9. Zona de instalación

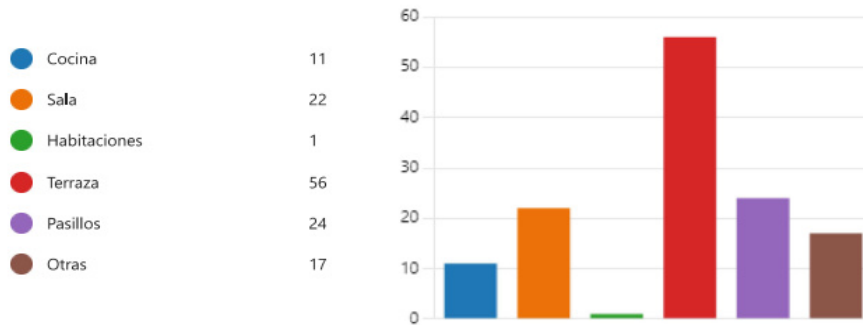
Respecto al tema de la zona donde se desea instalar un jardín residencial los encuestados responden que la mayoría (con un total de 56 respuestas) prefiere que sea en una

terraza (evidenciado en la figura 10).

Figura 10

Encuesta 1, pregunta 9

9. ¿En qué zona de su residencia le gustaría instalar un jardín?



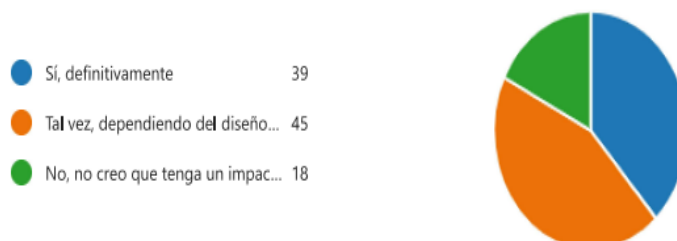
Para las zonas de pasillos y sala se tiene una aceptación total de 46, dividido en 24 y 22 respectivamente, y por último 28 personas prefieren instalar el jardín en la cocina y otras áreas con una valoración de 11 y 17 respectivamente. La información obtenida para esta pregunta permite al proyecto un enfoque determinado para buscar como primera opción los insumos necesarios que se adapten a las condiciones según la zona de preferencia que el cliente desea, no obstante, es preciso recalcar que el diseño e implementación del jardín será siempre a gusto del consumidor, quien escoge la ambientación de su hogar de acuerdo con su preferencia.

10. Valor agregado a la propiedad

Figura 11

Encuesta 1, pregunta 10

10. 1. ¿Considera que la instalación de un jardín aumentaría el valor de su propiedad?



Al ser encuestados respecto al valor que aportaría la instalación de un jardín residencial en su propiedad, las personas (según lo graficado en la figura 11) Se reparten de la siguiente manera: 39 personas encuestadas consideran que un jardín residencial definitivamente agregará valor a su propiedad, 45 personas creen que dependerá del diseño y mantenimiento apropiados, y 18 personas no lo consideran como un impacto en el valor de la propiedad. Este resultado nos permite conocer que adquirir el producto y posterior servicio tiene amplia aceptación por el beneficio final que adquiere la propiedad del cliente en materia económica. Se puede interpretar que la mayoría de los encuestados creen que una inversión en decoración mediante la instalación de un jardín dentro de su propiedad incrementará su valor.

11. Sistemas de riego

Figura 12

Encuesta 1, pregunta 11

11. ¿Estaría dispuesto/a a utilizar sistemas de riego automatizados para mantener su jardín de forma eficiente?



La última pregunta de la encuesta realizada (evidenciada en la figura 12) es respecto a si el cliente estaría dispuesto a utilizar sistemas de riego automatizado para mantener su jardín eficientemente. El resultado refleja una aceptación de 40 personas que estarían dispuestos a utilizar un sistema automatizado, 46 personas que lo aceptarían si el sistema es económico y de fácil manejo, y finalmente 16 personas no estarían dispuestas a contratar el sistema porque prefieren regar sus jardines de forma manual.

La evidencia expone que el producto y servicio ofrecido puede manejarse con implementación de sistemas que van más allá de un trabajo netamente manual o artesanal. El equipamiento de tecnologías especializadas en la presentación del producto y servicio será un valor agregado que permitirá al cliente mantener siempre su jardín en óptimas condiciones evitando el deterioro de sus plantas y aliviando una acción de olvido por tener el trabajo de cuidar un jardín. No obstante, es preciso indicar que la instalación de estos sistemas posiblemente incremente el valor de instalación del jardín, sin embargo, apalancados en el resultado de la encuesta, existe la evidencia de que el cliente sí estaría dispuesto a cubrir con este costo.

Conclusiones de la encuesta

Una vez analizados los datos de la encuesta realizada, se puede concluir que existe una notable y favorable aceptación para la implementación de un Jardín Residencial. Entran en juego además factores y criterios como el diseño, mantenimiento y preferencias individuales, acompañados de una adecuada planificación y cuidado, que mejorarán significativamente el entorno visual y ambiental de los hogares en las distintas áreas a su elección.

Es preciso mencionar que la población encuestada manifiesta su disposición a invertir en el diseño, implementación e instalación de un jardín en su residencia, motivados por la mejora de su entorno y el incremento de valor de sus propiedades, no obstante, como todo consumidor dentro de un mercado condicionan su decisión al precio y sujetan la implementación a un diseño específico.

Tras el análisis observado en los encuestados, sus preocupaciones o limitantes están

enfocados en los espacios y los tamaños de jardín que podrían implementar, sin embargo, su preocupación es una oportunidad para el proyecto pues ahí radica el objeto de esta investigación para llevar a cabo su ejecución.

1.3 Necesidades y características del segmento estudiado

Necesidades

El segmento estudiado en la encuesta y la información obtenida indican que existe la necesidad de mejorar los ambientes de las residencias, aplicando diseños estéticos y funcionales con opciones de vegetación de bajo mantenimiento, que además brinden soluciones para optimizar el espacio. La información recibida permite enfocarse en gestionar los diseños y posteriores implementaciones cumpliendo con los requerimientos y cubriendo las necesidades de los clientes. No se puede dejar de lado el manejar un eficiente sistema de consumo de agua para el mantenimiento del jardín, pues si bien los clientes necesitan mejorar la adecuación de sus ambientes también requieren que su costo sea óptimo en pro de la contratación del servicio.

El aporte que brinda tener un jardín residencial radica en el impacto positivo en el consumidor, proyectando una imagen de tranquilidad y fomentando la relajación para mejorar el bienestar emocional. El entender sus necesidades permitirá diseñar un jardín que satisfaga expectativas y requisitos individuales de cada cliente.

Características

Se pueden mencionar como características clave deseadas la durabilidad de las plantas, que son el principal insumo o material de un jardín; acompañado de la integración de elementos decorativos que se alineen con las preferencias estéticas de los residentes. El

diseño personalizado y su adaptación según las preferencias estéticas van de la mano con el costo del producto y servicio que se ofrece. La integración del concepto de sostenibilidad ambiental contiene prácticas saludables para quien mantiene un jardín pues tiene un alto impacto emocional que contribuye al bienestar emocional del cliente.

El presupuesto es una característica importante, los clientes manifiestan su disposición a la inversión siempre que se ajuste a su presupuesto, para lo cual es imperativo alinear los diseños ofreciendo opciones que se ajusten a sus recursos financieros.

1.4 Perfil del cliente (Customer Profile)

Figura 13

Customer profile



En el Customer Profile expuesto en la figura 13 se puede observar que el cliente ideal para un negocio de jardines internos puede variar según diversos factores, pero aquí hay algunas características que podrían definirlo:

- El cliente ideal tiene de 25 años en adelante, trabaja y percibe ingresos alrededor de \$1.500 habita en una propiedad que puede no poseer jardín propio y que cuenta con espacios inutilizados que serán el enfoque de trabajo.
- El cliente ideal probablemente tenga un interés genuino en la jardinería y en la incorporación de elementos naturales en la decoración de interiores. Puede ser alguien que aprecie la estética de las plantas y busque formas de integrar la naturaleza en su hogar u oficina.
- Las personas que valoran la sostenibilidad y están interesadas en reducir su huella ambiental pueden ser clientes ideales. Aquellos que desean contribuir al bienestar del medio ambiente pueden ver los jardines internos como una opción sostenible y decorativa.
- Los clientes ideales pueden ser aquellos con un estilo de vida ocupado que no tengan tiempo para mantener un jardín exterior, pero que aún deseen disfrutar de la belleza de las plantas en su entorno. También pueden ser personas que viven en apartamentos o espacios donde el espacio exterior es limitado.
- Aquellas personas que trabajan largas horas en entornos de oficina pueden ver los jardines internos como una manera de mejorar su entorno laboral y reducir el estrés. Los dueños de negocios también pueden considerar jardines internos como una forma de mejorar la estética de sus locales.
- Personas que buscan soluciones de diseño personalizado para sus espacios interiores pueden ser clientes ideales. Aquellos que desean jardines internos adaptados a sus

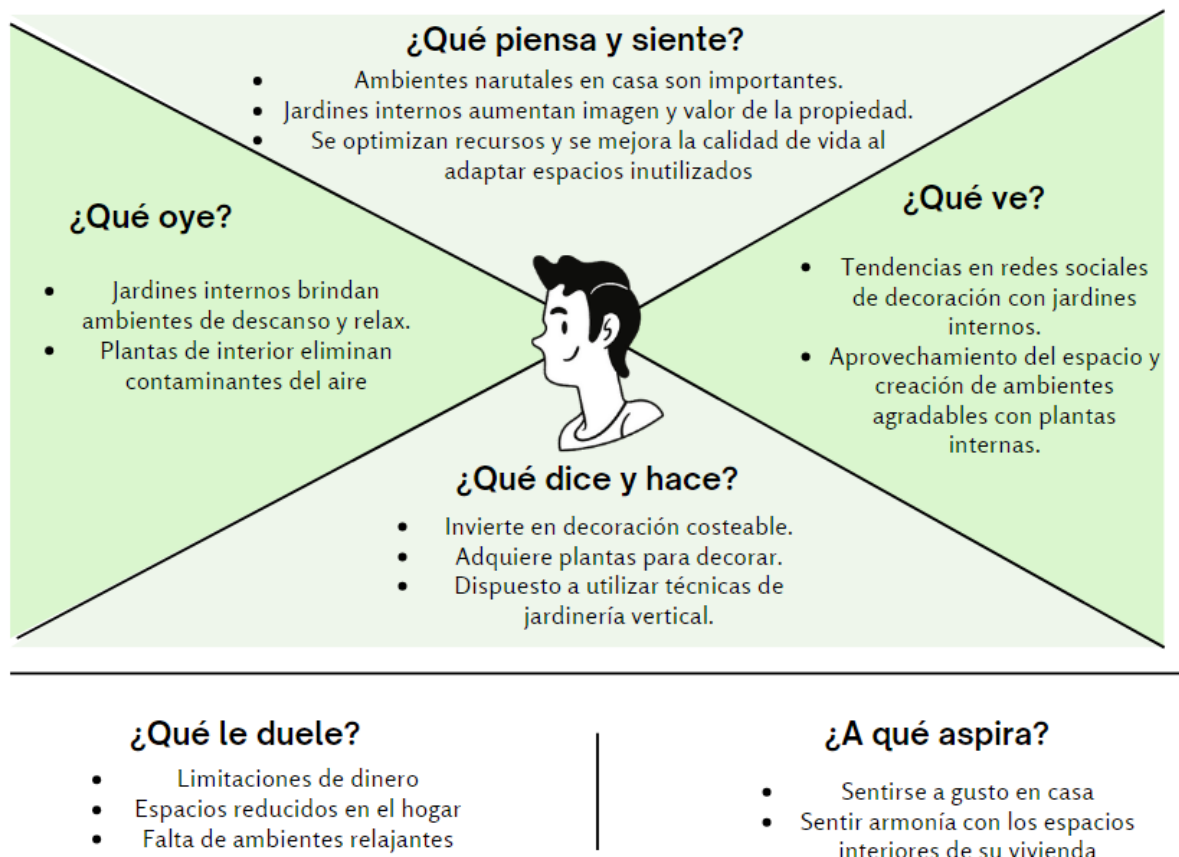
preferencias estéticas y necesidades específicas pueden encontrar atractiva la oferta de un negocio especializado en este servicio.

- Los clientes conscientes de los beneficios para la salud asociados con las plantas en el entorno interior, como la mejora de la calidad del aire y la reducción del estrés, pueden ser particularmente receptivos a los servicios de un negocio de jardines internos.
- Dado que los jardines internos pueden requerir inversiones iniciales y, en algunos casos, servicios de mantenimiento continuo, el cliente ideal podría tener la capacidad financiera para invertir en la creación y el cuidado de estos espacios.

1.5 Clasificar (importancia), frustraciones (intensidad) y alegrías (relevancia) (Mapa de empatía)

Figura 14

Mapa de empatía



En el mapa de empatía de la figura 14 se aprecia que el cliente está interesado en tener un jardín interior en su espacio residencial, está dispuesto a recibir asesoría profesional para el diseño y la implementación de este. Siente que un jardín podría aumentar el valor de su propiedad dependiendo del diseño implementado. Considera que un jardín podría tener muchos beneficios no solo con el medio ambiente sino personales, le ayudaría a aliviar el estrés. Estaría dispuesto a invertir en el mantenimiento del jardín siempre y cuando el mismo no se salga de su presupuesto. Le gusta el contacto con la naturaleza y considera que este espacio le serviría para tener el tiempo de dedicarse a la jardinería.

En la actualidad tanto en nuevos proyectos residenciales como en oficinas se visualizan estos jardines internos que no solo aportan un aspecto estético más a la vanguardia sino también brindan armonía y color a aquellos espacios que probablemente en el pasado serían inutilizados.

1.6 Mapa de actores

Figura 15

Mapa de actores



El mapa de actores (figura 15) permite de visualizar y comprender las relaciones y responsabilidades entre diferentes personas, departamentos y entidades que pueden estar involucrados en el proceso. Consta de los siguientes tipos de actores:

Actores Principales

- Clientes Residenciales: Los propietarios de viviendas que podrían estar interesados en tener jardines interiores en sus hogares.
- Equipo de Diseño y Paisajismo: Incluye a los diseñadores de interiores y paisajistas que trabajarán en la creación y planificación de los jardines.
- Equipo de instalación y mantenimiento: Agrupa a los profesionales encargados de la instalación inicial y el mantenimiento continuo de los jardines.
- Proveedores de plantas y suministros: Incluye a los proveedores de plantas, sustratos, macetas y otros suministros necesarios.
- Contratistas y constructores: Si es necesario realizar modificaciones en la estructura del espacio.

Conexión entre actores

- Clientes Residenciales – Equipo de Diseño: Los clientes colaboran estrechamente con el equipo de diseño para expresar sus preferencias y necesidades.
- Equipo de Diseño - Equipo de Instalación: El equipo de diseño pasa los planos y especificaciones al equipo de instalación para llevar a cabo la implementación.
- Equipo de Instalación – Mantenimiento: Establece una conexión entre el equipo de instalación y el equipo de mantenimiento para garantizar la continuidad de la calidad del jardín.

- Equipo de Diseño - Proveedores de Plantas y Suministros: Los diseñadores se comunican con los proveedores para obtener las plantas y suministros necesarios.
- Clientes Residenciales - Contratistas y Constructores: Si es necesario realizar cambios estructurales, los clientes pueden interactuar con contratistas y constructores.

2 Identificación de la Problemática

2.1 Problemas del segmento seleccionado

- Escasez de Espacios Verdes en Entornos Residenciales: El desorden urbanístico y el rápido crecimiento urbano en Ecuador han resultado en la construcción de viviendas en espacios reducidos, con poca atención a la inclusión de áreas verdes.
- Impacto Negativo en la Calidad de Vida: La falta de planificación urbanística adecuada y la disminución de áreas verdes contribuyen al estrés, la falta de bienestar y la sensación de aislamiento entre los residentes.
- Consecuencias Negativas para el Medio Ambiente: La disminución de la vegetación en áreas residenciales contribuye a la fragmentación del hábitat y la pérdida de biodiversidad.
- Falta de Especialización en Diseño de Jardines Interiores: Aunque existen competidores en el sector del paisajismo y la jardinería, la especialización en jardines interiores es limitada.
- Ausencia de Alternativas Innovadoras y Sostenibles: Falta de opciones innovadoras y sostenibles en el diseño y mantenimiento de jardines interiores.

2.2 Selección del problema de mayor oportunidad de mercado

Dentro de los 5 principales problemas del segmento, se considera que la "Falta de Especialización en el Diseño de Jardines Interiores" representa una oportunidad clave en el mercado por las siguientes razones:

- Oportunidad de diferenciación: La limitada especialización en el diseño de jardines interiores en el mercado ecuatoriano sugiere que hay un espacio para diferenciarse y destacar ofreciendo servicios especializados. Al centrarse en este segmento

específico, este proyecto puede llenar un vacío en el mercado.

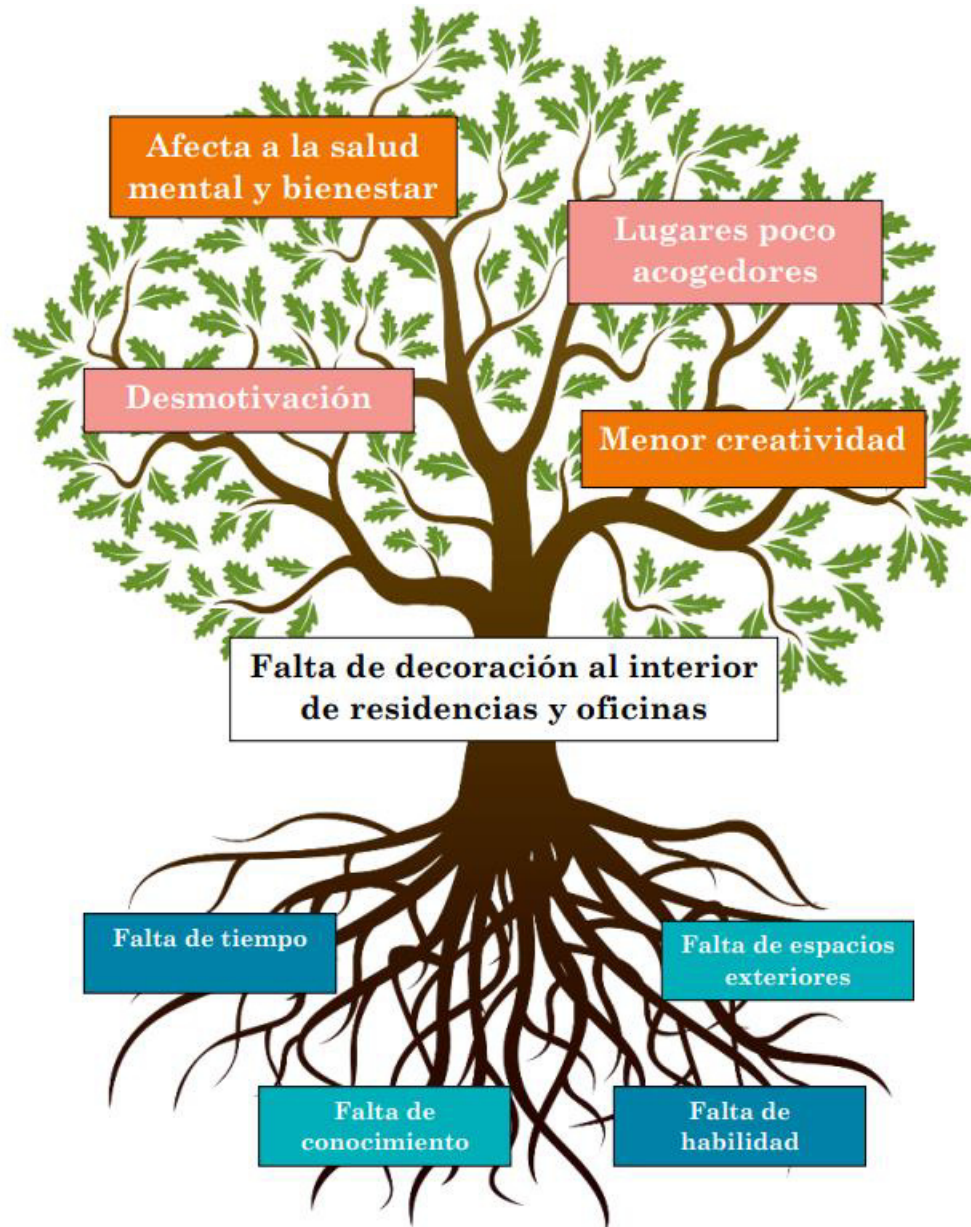
- Demanda latente: La encuesta realizada indica que el 85% de los encuestados muestra un latente interés de tener un jardín interior y armonizar con la naturaleza; de los interesados el 86% estaría dispuesto a pagar por servicios especializados en diseño, instalación y mantenimiento de jardines interiores. Esto sugiere una demanda latente que podría ser atendida mediante una oferta especializada.
- Ventaja competitiva: Aunque existen competidores en el sector del paisajismo y la jardinería, la falta de especialización en jardines interiores por parte de estos competidores brinda la oportunidad de establecer una ventaja competitiva clara. Ofrecer un servicio integral y especializado podría atraer a clientes que buscan soluciones específicas para sus espacios interiores.
- Enfoque en tendencias del mercado: La presencia de jardines interiores en nuevos proyectos residenciales y oficinas indica una tendencia creciente. Al especializarse en este nicho, este proyecto puede capitalizar esta tendencia y dar la apertura para liderar en este mercado en crecimiento.
- Potencial para la innovación: Al centrarse en la especialización, hay espacio para la innovación en el diseño, la selección de plantas, las técnicas de instalación y el mantenimiento de jardines interiores. La capacidad de ofrecer soluciones creativas y personalizadas puede ser un factor diferenciador clave.

Dentro de la problemática se concluye en que, la falta de especialización en el diseño de jardines interiores ofrece una oportunidad de mercado significativa, respaldada por la demanda del consumidor y la posibilidad de destacarse en un segmento específico del mercado de paisajismo y jardinería.

2.3 Árbol de problemas

Figura 16

Árbol de problemas



Según lo expuesto en la figura 16 del Árbol de Problemas, la falta de decoración en interiores de residencias y oficinas es un problema que afecta negativamente tanto el ambiente como el bienestar de las personas. Este inconveniente tiene sus raíces en diversas causas, siendo la influencia del estilo de vida moderno, que a menudo implica una escasez de

tiempo para dedicar a la decoración, un factor fundamental.

La poca conciencia sobre la importancia de la decoración y el desconocimiento de las tendencias actuales contribuyen a que se creen ambientes monótonos. Además, la ausencia de espacios verdes exteriores en las residencias modernas, causada en parte por el elevado costo de los terrenos para la construcción y por ende la construcción de viviendas más pequeñas para maximizar el uso del espacio disponible, forma también parte de las causas por las que el uso de plantas para decoración se ha visto limitada. Por último, se puede considerar también que el ritmo de vida acelerado deriva en una falta de disponibilidad para desarrollar habilidades y actividades lúdicas o de esparcimiento como la jardinería.

Los efectos derivados de la falta de decoración son notables. Los ambientes poco acogedores pueden generar emociones negativas y aumentar los niveles de estrés, llevando a una disminución en la motivación y la productividad. Por otro lado, la introducción de la decoración tiene el potencial de mejorar significativamente el bienestar general. Un ambiente decorado puede estimular la creatividad, aumentar la productividad y contribuir a una mayor satisfacción, reduciendo el estrés y promoviendo la salud mental. En última instancia, abordar este problema no solo busca embellecer los espacios, sino también fomentar un entorno propicio para la felicidad y el desarrollo personal y profesional.

2.4 Propuesta inicial (Fase 3 de Ideación) (con innovación e impacto social)

Ante la desconexión actual de los hogares y oficinas con la naturaleza, y su falta de ambientes internos decorados profesionalmente, la propuesta de negocio es la de un servicio de diseño e implementación de jardines en espacios residenciales. El enfoque va más allá de

embellecer los ambientes, ya que se busca promover el bienestar emocional y productividad de los clientes.

El modelo de negocio propuesto va desde la asesoría y diseño hasta la implementación y mantenimiento continuo, de manera personalizada y con acompañamiento continuo. La innovación de la propuesta está en cada uno de los servicios:

- Para el servicio de diseño e implementación se favorecerá la sostenibilidad mediante el uso de plantas autóctonas (para las que se entregará un manual de cuidado y riego) y mediante diseños que usen de manera eficiente el agua, lo que incluye la oferta de sistemas de riego inteligentes. En caso de implementar jardines hidropónicos se puede implementar tecnología de impresión 3D para aprovechar el espacio vertical.
- Como servicio adicional se ofrecerá el mantenimiento periódico, de forma que el cliente pueda obtener todas las ventajas del jardín al interior de su residencia, sin tener que invertir tiempo en el cuidado, poda o abono de este.

Para que el negocio tenga un impacto social positivo se buscará contratar personal especializado en jardinería y paisajismo de manera local, promoviendo el empleo en el Distrito Metropolitano de Quito, y se dará la oportunidad a nuevos profesionales en el área de diseño. Además, se promoverá una conciencia ambiental en cada hogar y espacio en el que se trabaje.

3 Idea de Negocio

3.1 Idea del proyecto Problem-Solution Fit:

Mediante la Matriz NUF (novedad, utilidad, factibilidad) presentada en la tabla 1, fue posible evaluar varias ideas de emprendimiento que solucionarían los problemas extraídos del segmento de mercado estudiado. Se utilizó una escala del 1 al 5, siendo 1 un nivel muy bajo y 5 un nivel muy alto, para calificar cada idea en los 3 componentes de la matriz:

- **Novedad:** la idea propuesta debe presentar originalidad e innovación respecto a las alternativas existentes.
- **Utilidad:** debe tener relevancia y utilidad para resolver los problemas claves analizados (falta de decoración interior y falta de contacto con la naturaleza)
- **Factibilidad:** debe existir viabilidad técnica, económica y operativa para la implementación de la solución propuesta.

Tabla 1

Matriz NUF

Ideas	Novedad	Utilidad	Factibilidad	TOTAL
Diseño e instalación de jardines interiores en residencias	4	3	5	12
Mantenimiento de jardines interiores en oficinas	2	4	5	11
Diseño, instalación y mantenimiento de jardines interiores en residencias	4	4	5	13
Diseño e instalación de jardines conservados en residencias	5	3	1	9
Programas educativos de jardinería virtual y a domicilio	3	5	3	11

La tercera propuesta “Diseño, instalación y mantenimiento de jardines interiores en residencias” obtuvo un alto puntaje en novedad y utilidad, y un muy alto nivel en factibilidad, obteniendo el resultado total más alto de todas las ideas, por lo que fue seleccionado para la elaboración de este plan de negocio.

Figura 17

Problem-Solution Fit Canvas

Define CS, fit into CL	1. CUSTOMER SEGMENT(S) CS <ul style="list-style-type: none"> Personas de más de 25 años. Propietarios de viviendas o residentes permanentes. Clase socioeconómica media y alta. Ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito. 	6. CUSTOMER LIMITATIONS <small>EG. BUDGET, DEVICES</small> CL <ul style="list-style-type: none"> Falta de tiempo para cuidado de jardines. Poco conocimiento o habilidades de jardinería. Desconocimiento de diseño y/o decoración. Servicios existentes costosos o enfocados a exteriores 	5. AVAILABLE SOLUTIONS <small>PLUSES & MINUSES</small> AS <ul style="list-style-type: none"> (-) Plantas artificiales (-) Movilizarse al parque/naturaleza. (+) Plantas en maceta. (+) Jardines conservados costosos. 	Explore AS, differentiate
Focus on PR, tap into BE, understand RC	2. PROBLEMS / PAINS <small>+ ITS FREQUENCY</small> PR <ul style="list-style-type: none"> Escasez de espacios verdes en entornos residenciales. Falta de decoración interior y ambientes poco acogedores. Poco contacto con la naturaleza. 	9. PROBLEM ROOT / CAUSE RC <ul style="list-style-type: none"> Construcción de viviendas pequeñas. Alto costo de viviendas con jardín exterior. Ritmo de vida moderno acelerado. Vida laboral abarca muchas horas al día y consume energía física y mental. 	7. BEHAVIOR <small>+ ITS INTENSITY</small> BE <ul style="list-style-type: none"> Actividades en parques/campo. Compra de ramos de flores. Decoración con plantas en maceta. Consumo de imágenes en redes de decoración interior y jardinería. 	Focus on PR, tap into BE, understand RC
Identify strong TR & EM	3. TRIGGERS TO ACT TR <ul style="list-style-type: none"> Visualización de promoción del servicio. Comentarios y referencias de familiares y amigos. Apreciar el producto final en ferias u otras residencias. 	10. YOUR SOLUTION SL <ul style="list-style-type: none"> Diseño decorativo y/o funcional de jardines según las preferencias y necesidades del cliente. Instalación de jardines vivos al interior de residencias con opción de servicio de riego inteligente. Servicio adicional opcional de mantenimiento para garantizar la salud y belleza continua del jardín interior. 	8. CHANNELS of BEHAVIOR CH <p>ONLINE</p> <ul style="list-style-type: none"> Instagram TikTok Facebook YouTube <p>OFFLINE</p> <ul style="list-style-type: none"> Parques Campo Mercados/supermercados Viveros 	Extract online & offline CH of BE
	4. EMOTIONS <small>BEFORE / AFTER</small> EM <ul style="list-style-type: none"> Antes: desmotivación, tristeza, inconformidad. Después: alegría, relajación, creatividad, orgullo. 			

El Problem-Solution Fit Canvas es una herramienta que permite visualizar y entender la relación entre los problemas, emociones y comportamientos de los clientes potenciales y la solución propuesta por el emprendimiento. En la figura 17 se presenta dicho canvas para la idea de emprendimiento de este Plan de Negocio: los clientes analizados son profesionales de más de 25 años de edad, propietarios o arrendatarios de una vivienda que no dispone de espacios verdes en las ciudades de Distrito Metropolitano de Quito.

Debido al ritmo de vida moderno, en el cual la vida laboral abarca muchas horas al día y deja exhaustas física y mentalmente a las personas, no existe la dedicación a la decoración ni al cuidado de plantas. Los clientes potenciales tienen ingresos o capacidad económica suficiente para invertir en un servicio de implementación de jardines, sin embargo, se fija en

que el costo no sea excesivo. Los comportamientos que estas personas tienen para dar cierto alivio a sus problemas es decorar su hogar con ramos de flores o plantas en macetas, o salir a buscar contacto con la naturaleza en parques o al campo, pero estas soluciones son parciales o insatisfactorias, además de que las soluciones existentes son muy costosas o son inadecuadas por ser plantas plásticas.

Después de este análisis se propone el servicio de Diseño decorativo y/o funcional de jardines según las preferencias y necesidades del cliente, seguido de la instalación de dichos jardines vivos al interior de residencias con opción de servicio de riego inteligente para no causar una carga en tiempo ni en actividades al cliente. Como servicio adicional opcional se ofrece el mantenimiento para garantizar la salud y belleza continua del jardín interior.

3.1.1 Producto o servicio

Diseño decorativo y/o funcional de jardines según las preferencias y necesidades del cliente. Instalación de jardines vivos al interior de residencias con opción de servicio de riego inteligente. Y servicio adicional opcional de mantenimiento del jardín interior.

3.1.2 Características de la propuesta

La implementación de jardines de interior tiene como principal enfoque la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito. Debido a la creciente escasez de espacios verdes, desarrollo de edificaciones de departamentos, suites y estudios y el aumento poblacional en la capital, los residentes de viviendas que no pueden tener acceso a un jardín propio por falta de espacio, tiempo para cuidado y costos elevados, pueden acceder a un jardín de interior. Estos generan un aporte importante en la parte visual del inmueble y al mismo tiempo, generan un valor agregado en su plusvalía. Adicional al aporte decorativo y el aumento de plusvalía que

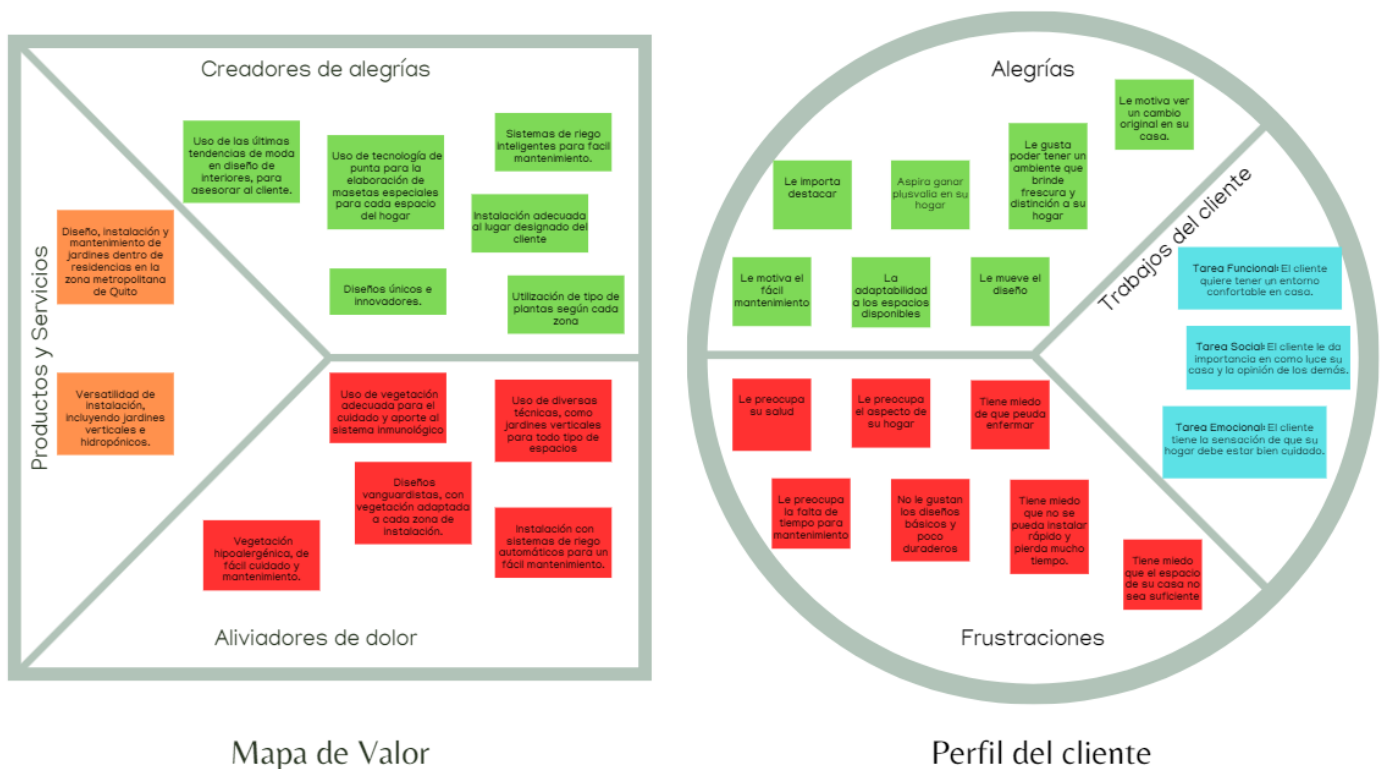
agregan los jardines interiores, tener un jardín interior puede proporcionar numerosos beneficios para la salud y el bienestar, así como mejorar la calidad del aire y el ambiente interior.

3.1.3 Propuesta de valor específica (Lienzo de PV)

Continuando esta premisa, la finalidad de la elaboración de diseños, implementación y mantenimiento de jardines de interior, es brindar los siguientes puntos detallados como oferta de valor (detallados también en el Lienzo de PV de la figura 18):

Figura 18

Lienzo de Propuesta de Valor



- Diseños personalizados: Diseños de jardines de interior totalmente personalizados para cada cliente, teniendo en cuenta sus gustos, necesidades y espacio disponible. Cada jardín será único y reflejará la personalidad del propietario.

- Experiencia profesional: Equipo de expertos en diseño de jardines de interior, paisajismo y botánica. Nuestra experiencia garantiza que cada proyecto sea realizado con los más altos estándares de calidad y estética.
- Variedad de especies: Amplia variedad de plantas, árboles y arbustos de interior. Selección diversa que incluye plantas de interior de bajo mantenimiento y especies exóticas para satisfacer los gustos más exigentes.
- Bienestar ambiental: Jardines de interior que no solo destacan en la estética, sino que también contribuyen al bienestar del cliente al mejorar la calidad del aire, reducir el estrés y crear un ambiente saludable en el hogar.
- Servicio integral: Servicio completo que abarca desde la conceptualización y diseño inicial hasta la implementación y el mantenimiento a largo plazo.
- Compromiso local: Predominan las prácticas comprometidas con la comunidad de Distrito Metropolitano de Quito. Trabajo con proveedores locales y contribuimos a la belleza y el verdor de la ciudad.
- Satisfacción garantizada: Respaldo de trabajo con una garantía de satisfacción, con la intención de siempre superar las expectativas del cliente.

3.1.4 Modelo de monetización

El modelo de monetización se estructura mediante un enfoque eficiente, efectivo y sostenible, orientado a la generación de ingresos alineados con las características del mercado objetivo y las tendencias en el sector de jardinería interior.

- Venta de servicios de diseño e instalación: Cobrar a los clientes por el diseño y la instalación de jardines interiores en sus residencias.

Ventajas: Ingresos directos por los servicios prestados, considerando la creatividad y

especialización en el diseño.

- Tarifa por servicio de mantenimiento opcional: Ofrecer un servicio de mantenimiento periódico opcional con una tarifa mensual o anual.

Ventajas: Ingresos recurrentes, fidelización del cliente y garantía de la salud continua del jardín.

- Venta de productos relacionados: Ofrecer productos relacionados, como macetas especiales, sistemas de riego inteligente, o incluso accesorios decorativos.

Ventajas: Diversificación de ingresos y aprovechamiento de la demanda de productos complementarios.

- Afiliación con viveros y proveedores: Establecer acuerdos de afiliación con viveros y proveedores de suministros, obteniendo comisiones por las ventas referidas.

Ventajas: Ingresos adicionales sin necesidad de gestionar inventario.

- Colaboraciones con empresas de bienes raíces: Colaborar con empresas de bienes raíces para mejorar el atractivo de las propiedades mediante la instalación de jardines interiores.

Ventajas: Acceso a un nuevo mercado a través de asociaciones estratégicas.

- Publicidad y patrocinios: Permitir publicidad o patrocinios en materiales educativos, en el sitio web o en eventos, relacionados con el mundo de la jardinería interior.

Ventajas: Ingresos adicionales y asociación con marcas relacionadas.

La combinación de estas estrategias proporciona un enfoque integral y equilibrado para monetizar el negocio, aprovechando las oportunidades del mercado y asegurando la sostenibilidad a largo plazo. Además, la adaptabilidad de este modelo permite ajustarse a cambios en las preferencias del consumidor y en el entorno empresarial.

3.2 Prototipaje 1.0

3.2.1 Lean CANVAS

Figura 19

Lean Canvas



En la figura 19 se observa el Lean Canvas para la propuesta de negocio desarrollada en este trabajo. A continuación, se encuentran desglosados los puntos principales:

Segmento de Clientes

Propietarios de Viviendas Urbanas en Ecuador

- Personas que viven en áreas urbanas con espacios residenciales limitados: Este segmento abarca individuos que residen en entornos urbanos donde el espacio es un recurso limitado. El servicio se orienta a ofrecer soluciones creativas y eficientes que aprovechen al máximo cada metro cuadrado disponible, transformando áreas reducidas en oasis de serenidad y belleza.

- Propietarios de viviendas con áreas exteriores que buscan mejorar y optimizar su entorno: Para aquellos que ya poseen áreas exteriores, el servicio se enfoca en elevar la estética y funcionalidad de estos espacios. Desde patios pequeños hasta terrazas, el diseño de jardines se adapta a las preferencias individuales, creando entornos que reflejen el estilo de vida y las aspiraciones de los propietarios.

Desarrolladores e Inmobiliarias

- Empresas que construyen y venden viviendas: Este segmento incluye a desarrolladores inmobiliarios que buscan diferenciar sus proyectos y agregar valor a las propiedades que ofrecen. La colaboración con el servicio de "Diseño e Implementación de Jardines" se convierte en una estrategia clave para destacar entre la competencia, ofreciendo a los futuros propietarios no solo una casa, sino un estilo de vida enriquecido con espacios verdes cuidadosamente diseñados.

Cliente Ideal

- Sensibilidad ambiental: El cliente ideal se distingue por su profundo compromiso con la sostenibilidad ambiental. Este individuo busca no solo la estética en el diseño de su jardín, sino también la integración de prácticas respetuosas con el medio ambiente. La elección de materiales sostenibles, la gestión eficiente de recursos y la reducción del impacto ecológico son aspectos cruciales que este cliente valora en la creación y mantenimiento de su espacio verde.
- Preocupación por la biodiversidad: La biodiversidad es una prioridad para el cliente ideal. Más allá de la mera decoración, este cliente busca un jardín que sirva como hábitat para flora y fauna autóctonas. La promoción de la biodiversidad se convierte en un criterio esencial en la planificación del diseño, contribuyendo así a la

conservación y mejora del entorno natural.

- Conciencia del impacto ambiental: La conciencia del impacto ambiental negativo guía las decisiones del cliente ideal. Este individuo busca soluciones que minimicen la huella ecológica asociada con el diseño y mantenimiento de su jardín. La elección de insumos de jardinería eco amigables y estrategias que fomenten la sostenibilidad son aspectos esenciales para cumplir con esta expectativa.
- Aprecio por la personalización: La personalización es una demanda clave del cliente ideal. Más allá de seguir tendencias generales, este individuo busca un diseño que refleje su estilo de vida, preferencias estéticas y aspiraciones personales. La adaptación del diseño al espacio disponible se combina con una atención meticulosa a los detalles para crear un entorno único y significativo.
- Colaboración activa: La colaboración no es solo un aspecto deseado, sino esencial para el cliente ideal. Este individuo busca involucrarse activamente en el proceso de diseño y creación del jardín. La interacción directa con nuestros diseñadores, compartiendo ideas y visiones, garantiza que el resultado final sea una manifestación precisa de los deseos del cliente.
- Compromiso a largo plazo: La relación con el jardín va más allá de una interacción temporal para nuestro cliente ideal. Este individuo busca un compromiso a largo plazo con la salud y evolución de su espacio verde. La oferta de servicios continuos, como asesoramiento y mantenimiento, se alinea con la visión de nuestro cliente ideal de una relación duradera con su entorno natural.

Problemas

- Urbanización desordenada en Ecuador: El rápido crecimiento urbano en Ecuador ha

resultado en una construcción desorganizada de viviendas en espacios limitados, con una notable falta de consideración hacia la inclusión de áreas verdes. Este fenómeno ha creado entornos residenciales que carecen de la armonía necesaria para el bienestar físico y emocional de sus habitantes.

- Escasez de áreas verdes en viviendas: La ausencia de una planificación urbanística adecuada ha llevado a una disminución significativa de espacios verdes en áreas residenciales. Esta carencia impacta negativamente en la calidad de vida de los residentes al limitar las oportunidades para la recreación al aire libre y el contacto con la naturaleza. El bienestar emocional se ve afectado, contribuyendo al estrés y la sensación de aislamiento.
- Impacto ambiental negativo: La falta de áreas verdes no solo afecta a nivel humano, sino que también tiene consecuencias negativas en el entorno medioambiental. La fragmentación del hábitat y la pérdida de biodiversidad son resultados directos de esta carencia, contribuyendo al deterioro ambiental de las áreas residenciales.

Solución

- Diseño y creación de jardines residenciales: La propuesta de solución se centra en ofrecer servicios especializados de diseño y creación de jardines adaptados a espacios pequeños. Esta iniciativa no solo busca embellecer los entornos residenciales, sino también mejorar la calidad de vida de los residentes y abordar las carencias ambientales a través de prácticas sostenibles.

Propuesta de Valor Única (PVU)

- Optimización de espacios reducidos y atención personalizada: La propuesta de valor

única radica en la capacidad de optimizar áreas pequeñas, ofreciendo soluciones diseñadas a medida para las necesidades individuales de cada cliente. La atención personalizada distingue al emprendimiento en el mercado ecuatoriano, destacándose por su capacidad para abordar las particularidades de cada proyecto.

Concepto de alto nivel

- **Diseños exclusivos y personalizados:** En el corazón del servicio ofrecido de "Diseño e Implementación de Jardines en Espacios Residenciales" reside un concepto de alto nivel que se destaca como nuestro elemento distintivo: la creación de diseños exclusivos y personalizados para cada cliente, meticulosamente adaptados al espacio disponible. Este concepto representa la esencia misma de nuestra propuesta de valor y refleja nuestra dedicación a la excelencia y la satisfacción del cliente.

Ventaja diferenciada

- **Creatividad ilimitada:** Nos enorgullece ofrecer a nuestros clientes diseños que trascienden lo convencional. Cada proyecto es una expresión única de creatividad, donde la limitación del espacio se convierte en el lienzo para manifestar ideas innovadoras y soluciones personalizadas. La libertad creativa es la base de nuestros diseños exclusivos.
- **Adaptación al espacio:** Reconocemos la diversidad de espacios residenciales y entendemos que no hay soluciones universales. Nuestra capacidad para adaptar cada diseño al espacio disponible es fundamental. Ya sea un pequeño patio trasero, una terraza en la azotea o un jardín delantero compacto, cada proyecto se concibe considerando las dimensiones específicas y las necesidades del cliente.

- Reflejo de la identidad del cliente: Más allá de crear jardines visualmente atractivos, nos esforzamos por capturar la esencia y las preferencias individuales de cada cliente. Cada diseño se convierte en una extensión de la identidad del propietario, logrando una conexión emocional con el entorno creado.
- Armonía con el entorno: El enfoque va más allá de la estética superficial. Buscamos crear armonía con el entorno circundante, considerando aspectos como la arquitectura de la vivienda, la topografía del terreno y la flora autóctona. Esta integración cuidadosa asegura que nuestros diseños no solo sean hermosos, sino también sostenibles y coherentes con el entorno.
- Colaboración activa con el cliente: La creación de diseños exclusivos implica una colaboración activa con el cliente. Desde la concepción hasta la implementación, invitamos a los propietarios a compartir sus visiones, preferencias y expectativas. Esta colaboración garantiza que cada diseño sea una experiencia única y significativa para el cliente.

Este concepto de alto nivel, centrado en diseños exclusivos y personalizados, define nuestra identidad en el mercado y refleja nuestro compromiso de ir más allá de las expectativas, creando no solo jardines, sino experiencias únicas y perdurables para cada uno de nuestros valiosos clientes.

Canales

- Publicidad local: Se implementará publicidad local a través de medios de comunicación locales y plataformas de redes sociales. Esto permitirá llegar de manera efectiva a los clientes potenciales dentro de las comunidades urbanas de Ecuador,

destacando la propuesta única de diseño de jardines.

- Colaboración con inmobiliarias: Se establecerán asociaciones estratégicas con inmobiliarias para ofrecer servicios de diseño de jardines en conjunto con la venta de propiedades. Esta colaboración busca aprovechar las sinergias entre la adquisición de viviendas y la creación de entornos verdes.

Métricas Clave

- Satisfacción del Cliente: La satisfacción del cliente es un indicador crítico que se evaluará mediante la implementación de encuestas periódicas y la recopilación de retroalimentación. Se diseñarán encuestas específicas que aborden aspectos como la calidad del diseño, la ejecución del proyecto, la interacción con el equipo y la percepción general del servicio. La retroalimentación recopilada no solo informará sobre la satisfacción actual, sino que también proporcionará valiosos insights para posibles mejoras.
- Tasa de Retención: La retención de clientes, especialmente en servicios continuos como el mantenimiento de jardines, será un indicador clave. Se realizará un seguimiento continuo de la retención para evaluar la efectividad de las estrategias de fidelización implementadas. Se analizarán las razones detrás de la retención o pérdida de clientes, permitiendo ajustes proactivos en las estrategias operativas y de servicio.
- Tasa de Crecimiento de Clientes: La tasa de crecimiento de clientes se medirá a través de la adquisición constante de nuevos proyectos y contratos. Se establecerá un sistema para rastrear la cantidad de nuevos clientes que el emprendimiento atrae durante períodos específicos. Este indicador será esencial para evaluar la efectividad de las estrategias de marketing y la capacidad del emprendimiento para expandir su base de

clientes.

- Incremento de Participación en el Mercado: La participación en el mercado se evaluará mediante el seguimiento de la cuota de mercado del emprendimiento en comparación con la competencia. Este indicador proporcionará una visión clara de la posición del emprendimiento en el mercado y su capacidad para ganar terreno. Se considerarán acciones específicas para aumentar la participación, como estrategias de marketing diferenciadas y la expansión de servicios según las demandas del mercado.

Estas métricas clave se enfocan en evaluar la satisfacción del cliente, retención y crecimiento de la base de clientes, así como el incremento de la participación en el mercado. Es fundamental asegurar que la recopilación de datos para estas métricas se realice de manera ética y sin infringir en prácticas de plagio, garantizando la confidencialidad de la información recopilada y cumpliendo con las normativas de privacidad aplicables.

Fuentes de Ingresos

- Servicios de Diseño y Creación de Jardines: La principal fuente de ingresos será la oferta de servicios de diseño y creación de jardines para clientes residenciales. Esto incluirá la conceptualización, planificación y ejecución de proyectos de jardinería adaptados a espacios reducidos.
- Asesoramiento y Mantenimiento Continuo: Además de los servicios iniciales, se establecerá un modelo de ingresos recurrentes mediante la oferta de servicios de asesoramiento y mantenimiento continuo a largo plazo. Esto asegura una relación a largo plazo con los clientes, brindando servicios adicionales que contribuyan a la sostenibilidad y evolución de los jardines creados.

Estructura de Costos

- **Insumos de Jardinería:** La inversión en insumos como plantas, sustratos, herramientas y otros materiales de jardinería será una parte esencial de la estructura de costos. La calidad de estos insumos será crucial para garantizar resultados excepcionales en los proyectos.
- **Personal Especializado:** La contratación de diseñadores de jardines y personal especializado para el mantenimiento constituirá otro componente significativo de los costos operativos. Contar con profesionales cualificados garantizará la ejecución exitosa y eficiente de los proyectos, consolidando la reputación del emprendimiento en el mercado.

3.2.2 Opciones de prototipos

Menú de servicios

Se ha diseñado un menú de servicios con el objetivo de proporcionar a los clientes una experiencia integral, desde la consulta inicial hasta la preservación a largo plazo. Cada servicio se adapta a las particularidades de los espacios residenciales en el Distrito Metropolitano de Quito, ofreciendo soluciones que van más allá de las expectativas convencionales. Para ello vamos a mencionar los siguientes servicios:

Asesoría Especializada

La asesoría ofrecida en el proyecto centrado en el diseño, implementación y mantenimiento de jardines en espacios residenciales en el D.M. Quito se configura como un servicio completo para aquellos clientes que desean mejorar estéticamente sus áreas interiores o exteriores. Desde la fase inicial del diseño hasta el mantenimiento continuo, esta asesoría especializada garantiza una experiencia sin contratiempos y resultados notables.

Figura 20

Menú de servicios: Asesoría

4 Servicios a su disposición



ASESORIA

"Entendemos tus necesidades y nos enfocamos en brindarte asesoría personalizada para hacer realidad tu sueño de tener un jardín de interiores. Te acompañamos con las mejores alternativas, considerando cuidadosamente tu espacio y presupuesto, para que cada consejo y recomendación estén orientados a lograr el jardín interior perfecto que deseas."

Diseño Personalizado

La esencia del servicio de diseño radica en la individualidad. No solo creamos diseños estéticos, sino que también consideramos la funcionalidad y la integración armoniosa con el entorno. Cada diseño se adapta meticulosamente a las preferencias del cliente, asegurando que su espacio exterior sea una extensión auténtica de su estilo de vida.

Figura 21

Menú de servicios: Diseño



DISEÑO

"Colaboramos contigo para diseñar y optimizar tus espacios y recursos, proporcionando un enfoque natural y respetuoso con el medio ambiente en tu hogar o cualquier espacio disponible. Nuestro objetivo es crear ambientes ecoamigables y armoniosos, adaptados a tus necesidades y preocupaciones medioambientales."

Implementación Efectiva

El equipo de profesionales se encarga de transformar las visiones del diseño en realidades tangibles. Desde la selección de plantas hasta la instalación de elementos decorativos, cada fase de implementación se gestiona con precisión y atención a los detalles. La meta es lograr una ejecución sin problemas y resultados que superen las expectativas.

Figura 22

Menú de servicios: Implementación



IMPLEMENTACIÓN

Buscamos ofrecerte opciones que realcen y armonicen tu hogar, proporcionando soluciones efectivas para optimizar espacios y dar vida a cada rincón. Nuestro compromiso va más allá, buscamos no solo mejorar tu entorno, sino también contribuir positivamente a la naturaleza y al medio ambiente."

Mantenimiento Continuo

Figura 23

Menú de servicios: Mantenimiento



MANTENIMIENTO

"Estamos aquí para ofrecerte el respaldo que requieres para mantener tu espacio en óptimas condiciones, utilizando las mejores herramientas y técnicas disponibles en el mercado. Tu entorno merece lo mejor, y nos aseguramos de proporcionar el soporte necesario para lograrlo."

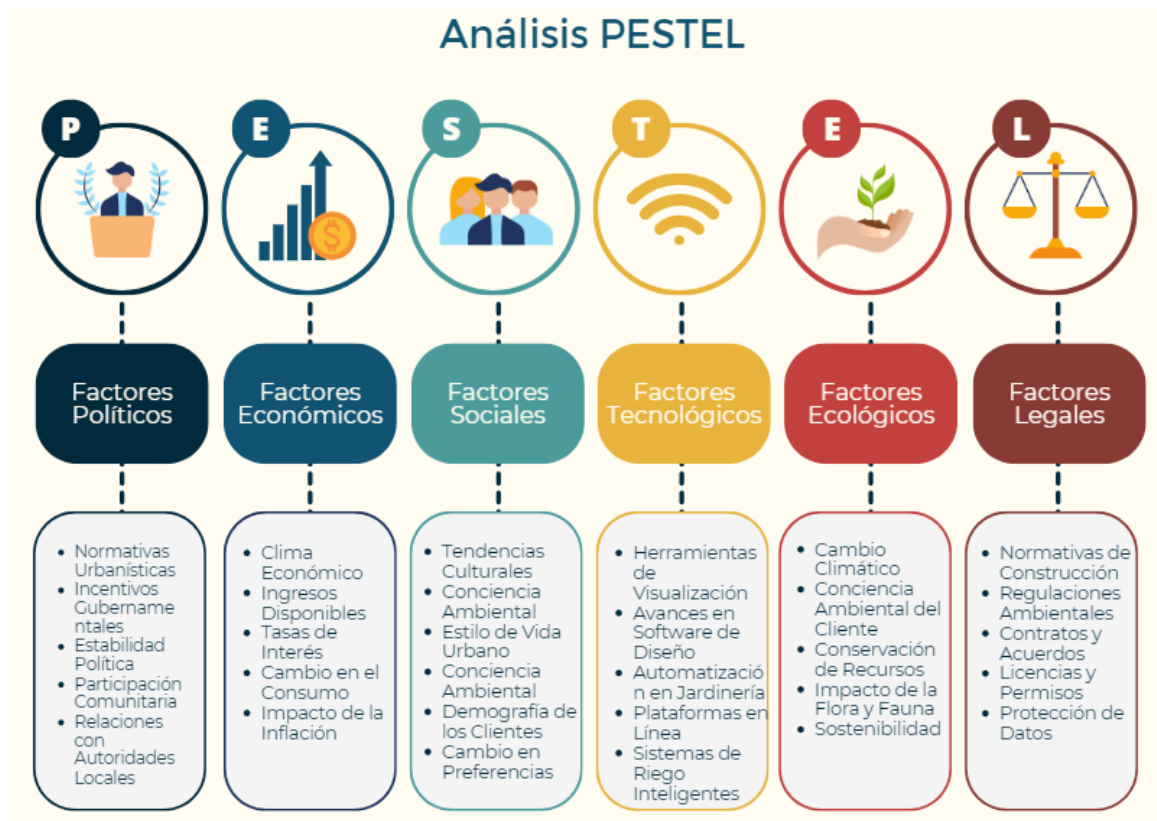
Más allá de la creación inicial, el servicio de mantenimiento se compromete a preservar la vitalidad y la belleza a lo largo del tiempo. Incluye cuidado regular, gestión proactiva de problemas como plagas o enfermedades de las plantas, y ajustes estacionales para mantener el jardín en su mejor estado durante todas las estaciones del año.

Este enfoque integral en el menú de servicios garantiza que los clientes no solo reciban soluciones estéticas y funcionales, sino que también experimenten una colaboración activa y un compromiso a largo plazo para mantener la excelencia en el diseño y cuidado de sus jardines residenciales en el Distrito Metropolitano de Quito.

3.3 Análisis del Macroentorno – PESTEL

Figura 24

Análisis PESTEL



El análisis PESTEL es una herramienta estratégica que busca comprender el entorno en el que opera un negocio, examinando los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que pueden influir en una industria o mercado. En la figura 24 se presenta un análisis PESTEL adaptado para el emprendimiento de "Diseño e Implementación de Jardines en Espacios Residenciales" en Ecuador:

Factores Políticos

- **Normativas Urbanísticas:** Identificación de las regulaciones gubernamentales que impactan la modificación y diseño de espacios verdes en propiedades residenciales. Las normativas urbanísticas pueden variar según la jurisdicción local en Ecuador. Algunas de las posibles referencias incluyen el Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito Metropolitano de Quito, las regulaciones municipales sobre uso del suelo y zonificación, así como códigos de construcción locales que aborden la incorporación de espacios verdes en propiedades residenciales.

En Ecuador, la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión del Suelo (LOOTUGS) establece los principios y normas generales para el ordenamiento territorial. A nivel local, las regulaciones del Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito Metropolitano de Quito y el Código Municipal pueden especificar las pautas para el diseño de espacios verdes en propiedades residenciales.

- **Incentivos Gubernamentales:** Exploración de posibles programas o beneficios fiscales destinados a proyectos que fomenten la sostenibilidad y mejora del entorno urbano. La exploración de incentivos gubernamentales puede implicar la revisión de leyes fiscales y programas específicos en Ecuador. Por ejemplo, se pueden considerar programas de incentivos para el desarrollo sostenible y la promoción de espacios

verdes en áreas urbanas, que podrían estar respaldados por leyes y reglamentaciones específicas.

La Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno podrían contener disposiciones relacionadas con incentivos fiscales para proyectos que fomenten la sostenibilidad y mejoren el entorno urbano.

- Estabilidad Política: Evaluación de la estabilidad política en Ecuador, ya que cambios significativos podrían afectar las regulaciones y políticas relacionadas con el diseño de entornos residenciales.

La evaluación de la estabilidad política en Ecuador puede basarse en informes gubernamentales, análisis de expertos y fuentes confiables sobre la situación política actual. Se puede hacer referencia a documentos oficiales del gobierno, declaraciones de líderes políticos y análisis de organizaciones internacionales que evalúan la estabilidad política en el país.

En este caso, la Constitución de la República del Ecuador podría ser una referencia general para entender la estructura política del país y la estabilidad institucional.

- Participación Comunitaria: Consideración de la importancia de la participación comunitaria en decisiones relacionadas con cambios en el entorno residencial.

La importancia de la participación comunitaria puede reflejarse en normativas locales que promueven la inclusión ciudadana en decisiones urbanísticas. También se pueden considerar leyes específicas que respalden la creación de consejos consultivos locales o procesos de participación ciudadana en proyectos de desarrollo urbano. La Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social establece los mecanismos y

principios para la participación ciudadana en decisiones que afectan el desarrollo urbano.

- Relaciones con Autoridades Locales: Desarrollo de relaciones positivas con autoridades locales para facilitar la obtención de permisos y apoyo gubernamental. Las relaciones con autoridades locales pueden fundamentarse en la comprensión y seguimiento de la normativa local sobre permisos y licencias de construcción. Además, se pueden considerar las regulaciones específicas relacionadas con la colaboración público-privada en proyectos urbanos, así como cualquier legislación que respalde la colaboración entre el sector privado y las autoridades locales en el ámbito del diseño y la implementación de espacios verdes en entornos residenciales. El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) establece las competencias y relaciones entre los gobiernos autónomos descentralizados, lo que podría ser relevante para establecer relaciones con las autoridades locales en el ámbito del diseño y la implementación de espacios verdes residenciales.

Factores Económicos

- Clima Económico: Análisis de la situación económica actual y proyecciones en Ecuador para comprender la capacidad financiera de los clientes. Evaluación de la situación económica presente y futura en Ecuador con el fin de comprender la capacidad financiera de los potenciales clientes y anticipar tendencias económicas relevantes. Este análisis se fundamenta en informes económicos del Banco Central del Ecuador y proyecciones del Ministerio de Economía y Finanzas.

- Ingresos Disponibles: Investigación de la distribución de ingresos y poder adquisitivo de la población objetivo para establecer estrategias de fijación de precios.

La investigación sobre la distribución de ingresos y el poder adquisitivo de la audiencia objetivo, este análisis busca establecer estrategias de fijación de precios acorde con la capacidad financiera de los clientes. Se basa en datos de ingresos disponibles en informes del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y encuestas nacionales de ingresos.

- Tasas de Interés: Monitoreo de las tasas de interés, ya que pueden afectar la disposición de los clientes para invertir en mejoras de propiedad.

La vigilancia constante de las tasas de interés, dado que estas pueden influir en la disposición de los clientes para invertir en mejoras de propiedad, incluyendo servicios de diseño y jardinería, se hace referencia a las tasas de interés proporcionadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador y análisis de expertos en economía financiera.

- Cambio en el Consumo: Identificación de cambios en los patrones de consumo relacionados con servicios de diseño y jardinería en entornos residenciales.

La identificación de posibles cambios en los patrones de consumo relacionados con servicios de diseño y jardinería en entornos residenciales, adaptando estrategias según las tendencias emergentes, para ello se basa en el seguimiento de tendencias de consumo mediante análisis de mercado y estudios de comportamiento del consumidor, con datos de entidades gubernamentales y privadas.

- Impacto de la Inflación: Evaluación de cómo la inflación puede afectar los costos de operación y la fijación de precios.

La evaluación que se debe aplicar permite identificar cómo la inflación podría afectar los costos de operación y la fijación de precios en el negocio, considerando la estabilidad de los márgenes de ganancia, se hace referencia al índice de inflación y su impacto potencial en los costos operativos, utilizando datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y análisis económico de expertos en finanzas.

Factores Sociales

- Tendencias Culturales: Investigación de las tendencias culturales en Ecuador en relación con el diseño de jardines y espacios verdes, hacemos referencia a la investigación detallada de las corrientes culturales en Ecuador que influyen en las percepciones y preferencias relacionadas con el diseño de jardines y espacios verdes. Podemos referirnos a la Ley de Gestión Ambiental para influir en la selección de plantas y materiales para el diseño de jardines, fomentando prácticas sostenibles y la conservación de la biodiversidad.

- Estilo de Vida Urbano: Consideración del estilo de vida urbano y sus implicaciones en las preferencias de diseño de jardines en entornos residenciales.

La consideración exhaustiva del estilo de vida urbano y cómo este impacta las preferencias de diseño de jardines en entornos residenciales, reconociendo la dinámica y necesidades específicas de quienes viven en áreas urbanas, basándose en estudios sociológicos sobre el estilo de vida urbano, análisis de patrones de comportamiento y encuestas de opinión urbana. Se hace mención de las Regulaciones Municipales de Zonificación.

- Conciencia Ambiental: Evaluación de la importancia que la sociedad otorga a la sostenibilidad y cómo influye en las decisiones de diseño, especialmente en el ámbito de jardines y espacios verdes. Para este punto la Ley de Gestión Ambiental, nos permite la consideración de prácticas sostenibles en el diseño de espacios verdes y puede tener requisitos específicos para la gestión del agua y el uso de recursos naturales.
- Demografía de los Clientes: Análisis de las características demográficas de los potenciales clientes para adaptar los servicios de diseño.

En este punto se pueden utilizar datos demográficos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y encuestas de preferencias de diseño según grupos de edad y género.
- Cambio en Preferencias: Atención a cambios en las preferencias de los consumidores en términos de diseño y funcionalidad de jardines.

Se basa en análisis continuo de tendencias de diseño, estudios de mercado y retroalimentación directa de clientes en cuanto a sus preferencias cambiantes, como la Ley de Patrimonio Cultural para el caso donde el diseño de jardines esté vinculado a sitios o estructuras consideradas patrimonio cultural, puede haber regulaciones específicas para preservar su integridad.

Factores Tecnológicos

- Avances en Software de Diseño: Mantenimiento de la actualización sobre las últimas tecnologías en software de diseño de jardines para mejorar la calidad de los servicios

ofrecidos, para ellos podemos apoyarnos en la Ley de Propiedad Intelectual, la cual se refiere a las regulaciones que protegen los derechos de propiedad intelectual de los desarrolladores de software de diseño, garantizando el cumplimiento legal en el uso y actualización de estas tecnologías.

- Automatización en Jardinería: Exploración de tecnologías de automatización y sistemas inteligentes que puedan mejorar la eficiencia en el mantenimiento de jardines. Se puede enfocar en las leyes Laborales y de Seguridad, ya que, al explorar tecnologías de automatización, se deben tener en cuenta las regulaciones laborales para garantizar un ambiente de trabajo seguro y cumplir con las leyes que rigen la implementación de tecnologías automatizadas en el sector.
- Herramientas de Visualización: Utilización de herramientas de visualización avanzadas para presentar propuestas de diseño de manera atractiva a los clientes, como la Ley de Protección al Consumidor, la cual garantiza que las representaciones visuales presentadas a los clientes sean precisas y transparentes, evitando prácticas engañosas en la presentación de propuestas de diseño de jardines.
- Plataformas en Línea: Evaluación del impacto de plataformas en línea y aplicaciones que ofrecen servicios de diseño de jardines directamente al consumidor, para ello hacemos mención de la Ley de Comercio Electrónico, la cual regula las transacciones y servicios en línea, asegurando la protección del consumidor y la integridad de las transacciones realizadas a través de plataformas en línea para servicios de diseño de jardines.

- Sistemas de Riego Inteligentes: Adopción de tecnologías de riego inteligente que optimicen el uso del agua y mejoren la sostenibilidad ambiental.

Podemos mencionar a Ley de Recursos Hídricos, la cual existe en muchos países, incluido Ecuador, estas leyes específicas regulan el uso y la gestión del agua y estas leyes pueden abordar temas como la eficiencia en el uso del agua, la conservación de recursos hídricos y la promoción de tecnologías sostenibles, como los sistemas de riego inteligentes.

Factores Ambientales

- Cambio Climático: Adaptación de los diseños de jardines a posibles cambios en el clima y las condiciones ambientales, a su vez alinearse con la Ley Orgánica de Cambio Climático de Ecuador para ajustar los diseños de jardines en anticipación a los cambios climáticos, garantizando la conformidad con las pautas legales establecidas.
- Conciencia Ambiental del Cliente: Conexión con la creciente conciencia ambiental de los clientes, ofreciendo soluciones respetuosas con el medio ambiente.
Para este punto está la Ley de Protección al Consumidor la cual incluye disposiciones para la publicidad transparente y precisa. En este contexto, ofrecer soluciones de diseño respetuosas con el medio ambiente se alinea con la legislación de protección al consumidor.
- Conservación de Recursos: Integración de prácticas de diseño y mantenimiento que contribuyan a la conservación de recursos naturales, como la Ley de Conservación de

Recursos Naturales establecen criterios para la gestión sostenible de recursos. Integrar prácticas de diseño que contribuyan a la conservación se alinea con estas leyes.

- Impacto de la Flora y Fauna: Consideración del impacto de los diseños en la flora y fauna local y cómo pueden coexistir de manera sostenible, en este punto podemos enfocarnos en las Regulaciones de Protección Ambiental y de la Biodiversidad pueden influir en cómo se aborda el impacto de los diseños en la flora y fauna locales.
- Sostenibilidad: Enfatización en prácticas y materiales sostenibles para destacar el compromiso con la responsabilidad ambiental, se hace referencia en La Ley de Promoción de la Producción y Consumo Sostenible en Ecuador destaca la importancia de adoptar prácticas y materiales sostenibles.

Factores Legales

- Normativas de Construcción: Adherencia a las regulaciones locales de construcción y modificación de propiedades residenciales.

En Ecuador, la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión del Suelo establece las normativas relacionadas con la construcción y modificación de propiedades. Cumplir con esta ley es fundamental para garantizar la legalidad de los proyectos de diseño de jardines.

- Regulaciones Ambientales: Aseguramiento del cumplimiento de las regulaciones relacionadas con el uso de plantas y prácticas sostenibles.

La Ley de Gestión Ambiental en Ecuador aborda regulaciones específicas

relacionadas con el uso de plantas y la implementación de prácticas sostenibles en el diseño de jardines. Cumplir con esta ley es vital para garantizar la sostenibilidad ambiental de los proyectos.

- Contratos y Acuerdos: Establecimiento de contratos claros y acuerdos con los clientes para evitar posibles problemas legales.

Este punto se debe basar en El Código Civil y Comercial de Ecuador que establece las bases legales para la formación de contratos. Establecer contratos claros y acuerdos con los clientes se alinea con estas disposiciones legales, ayudando a prevenir posibles disputas legales.

- Licencias y Permisos: Obtención de las licencias y permisos necesarios para llevar a cabo proyectos de diseño y modificación de jardines.

Se hace mención de la Ley Orgánica de Municipalidades en Ecuador otorga a los municipios la autoridad para otorgar licencias y permisos de construcción. Obtener estas licencias es esencial para llevar a cabo proyectos de diseño y modificación de jardines.

- Protección de Datos: Garantía de la protección de los datos de los clientes y cumplimiento de las regulaciones de privacidad y protección de datos.

Se basa en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales en Ecuador establece las normas para la protección de la información personal. Garantizar la protección de los datos de los clientes se alinea con esta ley y otras regulaciones de privacidad.

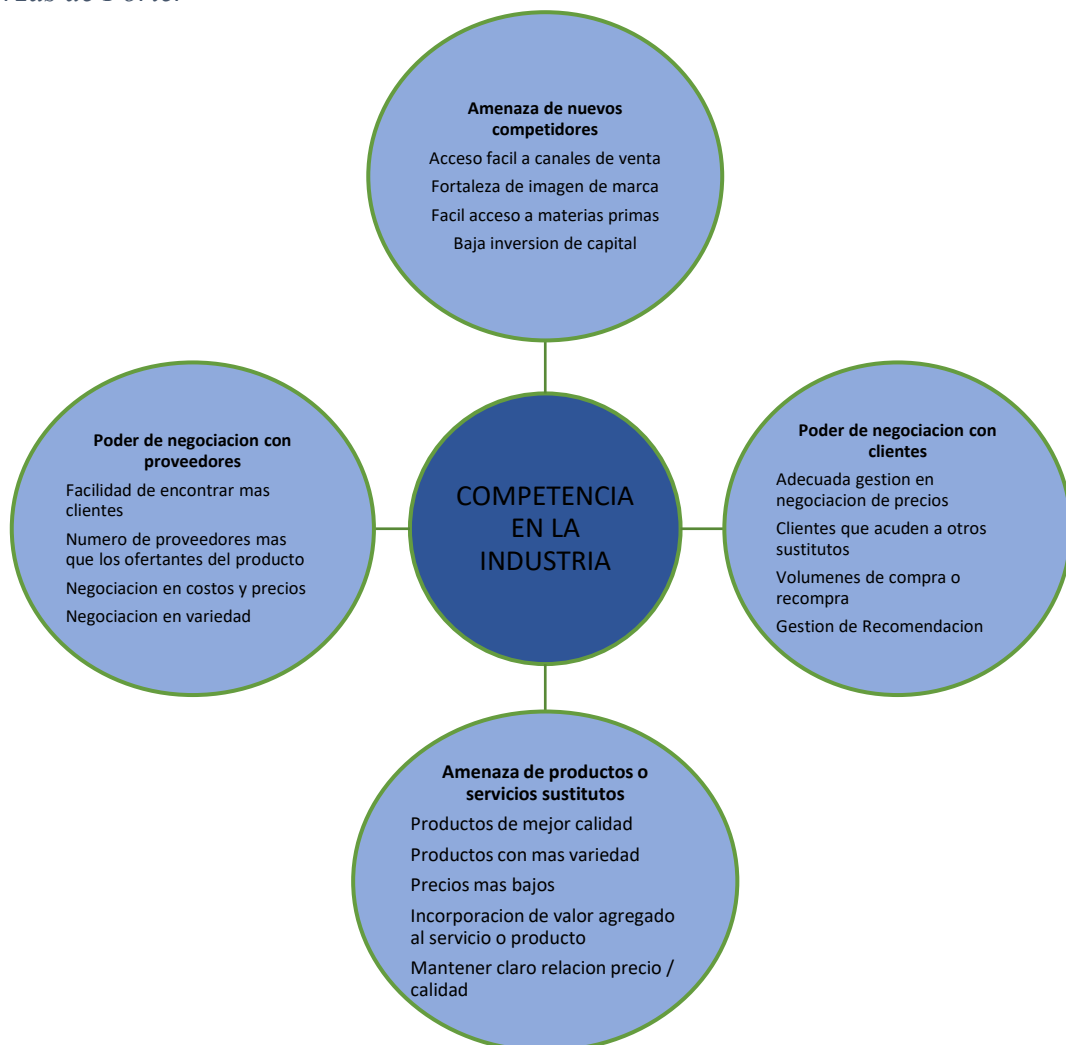
3.4 Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas Competitivas de Porter

En el análisis del microentorno se cuenta con la matriz de Porter que entiende las cinco fuerzas que determinan y gestionan la evaluación y rentabilidad de un negocio respecto con la competitividad de la industria. Su oportuna revisión abre las puertas para validar y detectar cualquier problema que puede tener el proyecto o empresa en el mercado y evitar altos riesgos por una gestión ineficiente y sin un respaldo en el conocimiento del mercado.

A continuación, se desarrolla cada una de estas fuerzas competitivas que se visualiza en la figura 25.

Figura 25

5 fuerzas de Porter



Amenaza de nuevos competidores

Se habla de la amenaza de nuevos competidores cuando en el mercado existen barreras altas o bajas para que se implemente un producto o servicio similar, para esto es importante saber que si el capital o la inversión inicial es baja los competidores tienen una barrera muy baja que cubrir por lo tanto se convierte en una amenaza, de la misma forma si las materias primas y los canales de venta son de fácil adquisición las amenazas para la inmersión en el mercado de un nuevo competidor será latente.

Es importante mantener un prestigio de marca en el que sea reconocida y que su proyección ingrese con paso firme al mercado, de tal manera que se convierta en una barrera muy alta para los competidores si es que existe la intención de ingresar al mercado con similar o el mismo producto o servicio. Para efectos del proyecto se aprecia en esta fuerza una amenaza moderada porque a nuestros competidores por mencionar algunos Jardín Express, Terragarden, Zonagarden, Minayon tienen el respaldo de la trayectoria en un promedio de 10 años, situación que los consolida en el mercado ya que tienen una cartera definida de clientes.

Poder de negociación con clientes

Es importante asegurar que la propuesta de valor tenga muchas fortalezas con el objeto de que no existan mayores alternativas para los clientes, dicho esto, si un cliente tiene muchas alternativas en el mercado su poder de negociación incrementa. De la misma forma de cara al proceso de compra con el cliente el precio debe tener la mayor competitividad y cubrir toda la oferta propuesta, a fin de evitar que el cliente busque un sustituto como producto o sustituto como proveedor del servicio de implementación de jardines en su domicilio.

La gestión de recomendación que se obtenga de parte de los clientes por el servicio y el producto recibido representa una herramienta muy útil para el negocio, por lo tanto, es preciso aprovechar que el mercado no tiene saturación para evitar que el poder de negocio que tengan los clientes tenga fortaleza.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

Para el cliente buscar un sustituto resulta una actividad fácil en cuanto busca satisfacer su necesidad, en este sentido se convierte en una amenaza si el cliente decide aprovechar su espacio con la instalación por ejemplo de un bar o de una consola de música, estos dos ejemplos cubren su necesidad y no necesariamente son un jardín interior. Bajo estas premisas es importante que la variedad en la selección de productos sea lo más amplia posible, así como utilizar materias primas y entregar un producto de calidad, la adecuada relación de calidad / precio es indispensable para que justifique su implementación, desde luego la calidad será parte del proceso y no como un valor agregado. El valor agregado será el diferenciador con el objeto de minimizar las amenazas existentes.

Poder de negociación con proveedores

Se establece la misma relación que el poder de negociación con clientes, en este caso si el negocio o proyecto tiene una amplia gama de proveedores que tengan una oferta para la empresa el poder de negociación será alto frente a la cadena de proveedores, de esta forma se puede gestionar mejores condiciones en precios y exigencias de más variedad de productos, si existe poca oferta en el mercado se tendrá una barrera alta que cubrir y no existe otra opción que aceptar las condiciones que establezcan tanto en precios como en productos.

La barrera en esta fuerza es baja, en el mercado existen muchos proveedores de

materias primas e insumos, por nombrar materias primas a las plantas se tiene muchos viveros como Vivero Los Tulipanes, Vivero Camila, Vivero Christian, Laberintos, Vivero Jardín, ubicados en la zona de Nayon, Cumbayá y Tumbaco y para insumos o materiales empresas como Dismaplast, Dream Home, La Jardinería constituyen los principales proveedores con presencia y trayectoria en el mercado y especializados en la materia.

3.5 Matriz FODA

A continuación, en la figura 26, se presenta la matriz FODA que permite el análisis de 4 factores:

Figura 26

Análisis FODA



FORTALEZAS

- Diseños y asesoría personalizados: La capacidad de ofrecer diseños personalizados que se adapten a las preferencias, estilo y necesidades específicas de cada cliente.
- Servicio al cliente excepcional: Ofrecer un servicio al cliente excepcional, que incluya una comunicación clara, respuesta rápida a preguntas y preocupaciones, y la disposición para abordar cualquier problema que pueda surgir.
- Facilidad de mantenimiento: Diseños que se centran en la facilidad de mantenimiento, utilizando plantas de bajo mantenimiento y proporcionando instrucciones claras para el cuidado continuo.
- Conocimiento especializado: La presencia de profesionales con conocimientos especializados en paisajismo interior, horticultura y diseño de interiores que pueden brindar asesoramiento experto.
- Adaptabilidad: La capacidad de adaptarse a cambios en las preferencias del cliente, en las condiciones del entorno o en las regulaciones locales.

DEBILIDADES

- Falta de conocimiento del cliente: Si no se obtiene una comprensión completa de las preferencias, necesidades y expectativas del cliente desde el principio, el diseño final puede no cumplir con sus expectativas, lo que puede llevar a la insatisfacción.
- Problemas de mantenimiento: Si el diseño no se planifica teniendo en cuenta la facilidad de mantenimiento, los propietarios podrían enfrentarse a dificultades para

cuidar adecuadamente el jardín de interiores, lo que podría afectar la salud de las plantas.

- *Selección inadecuada de plantas:* Elegir plantas que no sean adecuadas para el entorno interior o que no cumplan con las necesidades específicas del cliente puede llevar a problemas de crecimiento y salud de las plantas.
- *Costos imprevistos:* Pueden surgir costos adicionales durante el proyecto que no se anticiparon inicialmente. Esto podría deberse a imprevistos durante la implementación o a cambios en las preferencias del cliente.
- *Problemas de comunicación:* Una comunicación deficiente con el cliente durante el proceso de diseño e implementación puede llevar a malentendidos y a la entrega de un proyecto que no cumple con las expectativas.

OPORTUNIDADES

- *Poca competencia y mercado en crecimiento para plantas de interior:* El aumento en la demanda de plantas de interior crea oportunidades para diversificar la selección de plantas y estilos de diseño.
- *Conciencia ambiental:* La integración de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, como el uso de plantas nativas o la implementación de técnicas de jardinería ecológicas.
- *Tendencia creciente en el interés por el diseño de interiores:* La creciente conciencia sobre la importancia del diseño de interiores y la conexión con la naturaleza brinda la oportunidad de capitalizar la demanda de jardines de interiores.

- Tecnología para jardines inteligentes: La incorporación de tecnologías inteligentes, como sistemas de riego automatizado y control de iluminación, ofrece oportunidades para mejorar la eficiencia y la facilidad de mantenimiento.
- Enfoque en el bienestar y la salud: La creciente atención a la salud y el bienestar ofrece una oportunidad para destacar los beneficios terapéuticos y estéticos de tener plantas en el hogar.

AMENAZAS

- Fluctuaciones económicas: Las fluctuaciones en la economía pueden afectar la disposición de los clientes para invertir en proyectos de diseño de interiores, lo que podría impactar la demanda.
- Cambios en la legislación: Cambios en las regulaciones o restricciones legales relacionadas con la importación y cultivo de ciertas plantas pueden afectar la disponibilidad de variedades específicas.
- Cambios en las preferencias del cliente: Las cambiantes preferencias del cliente o tendencias de diseño pueden hacer que un diseño que estaba en línea con las expectativas de los clientes en un momento ya no sea atractivo.
- Riesgos de presupuesto: Costos imprevistos o subestimaciones en el presupuesto inicial pueden afectar la rentabilidad del proyecto.
- Clima y condiciones ambientales cambiantes: Cambios inesperados en las condiciones climáticas o en el entorno interior pueden afectar la salud de las plantas y requerir ajustes en el diseño original.

ESTRATEGIAS

Basados en el análisis previo se proponen las siguientes estrategias:

- Entender las necesidades del cliente: Realizar una entrevista exhaustiva con los clientes para comprender sus preferencias, estilo de vida, presupuesto y expectativas. Cuanto más podamos comprender sus necesidades, mejor podremos trabajar para satisfacer las mismas.
- Análisis del espacio: Realizar un análisis detallado del espacio disponible. Evaluar la iluminación, la temperatura y otros factores ambientales que puedan afectar el crecimiento de las plantas.
- Selección de plantas apropiadas: Elegir plantas que se adapten al entorno interior y a las condiciones específicas del espacio. Considerar factores como la luz disponible, la temperatura y el nivel de humedad.
- Diseño estético: Crear un diseño atractivo que se alinee con el estilo y la estética del hogar. Considerar la disposición de las plantas, los colores, las texturas y los elementos decorativos para lograr un aspecto armonioso.
- Sistemas de riego e iluminación eficientes: Implementar sistemas de riego automáticos y soluciones de iluminación adecuadas. Esto garantizará que las plantas reciban la cantidad correcta de agua y luz, contribuyendo a su salud y crecimiento.
- Mantenimiento fácil: Diseñar el jardín de manera que sea fácil de mantener para los propietarios. Utilizar plantas de bajo mantenimiento y proporciona instrucciones claras sobre el cuidado continuo.

- Educación del cliente: Proporcionar a los propietarios información detallada sobre el cuidado de las plantas, incluidas las necesidades específicas de cada especie. Ofrecer tutoriales o documentos escritos que les ayuden a mantener el jardín de manera efectiva.
- Presupuesto claro y transparente: Establecer un presupuesto claro desde el principio y comunica cualquier costo adicional de manera transparente. Esto ayuda a evitar sorpresas desagradables y a construir una relación de confianza con tus clientes.
- Colaboración con profesionales: Trabajar con profesionales del diseño de interiores y paisajismo si es necesario. Colaborar con expertos en áreas específicas puede mejorar la calidad general del proyecto.
- Servicio postventa: Ofrecer un servicio postventa sólido. Establecer una relación a largo plazo con los clientes, proporcionando asesoramiento continuo y servicios de mantenimiento.

4 Validación de Factibilidad – Viabilidad – Deseabilidad

4.1 Investigación de Mercado al Mercado Objetivo

Con el propósito de obtener datos relevantes, hemos recopilado información de la página del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la cual proporciona detalles extraídos del censo llevado a cabo en el año 2010 -2022.

Bases de datos utilizadas

INEC:

- Proyecciones a nivel provincial por área urbano – rural
- Proyecciones a nivel cantonal por sexo y grupos de edad
- Proyecciones a nivel provincial por sexo y edades simples

(Instituto nacional de estadística y censos. INEC. Análisis Información Censal: Equipo Técnico de Análisis del Censo de Población y Vivienda, 2010).

Información General

Cabecera cantonal: Quito Distrito Metropolitano

Superficie: 4.183 Km²

Ubicación: Centro Norte de la Provincia de Pichincha

Población: 2'239.191 habitantes (fuente INEC censo de población y vivienda 2010)

Límites:

- Norte: Provincia de Imbabura
- Sur: cantones Rumiñahui y Mejía
- Este: cantones Pedro Moncayo, Cayambe y Provincia de Napo
- Oeste: cantones Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

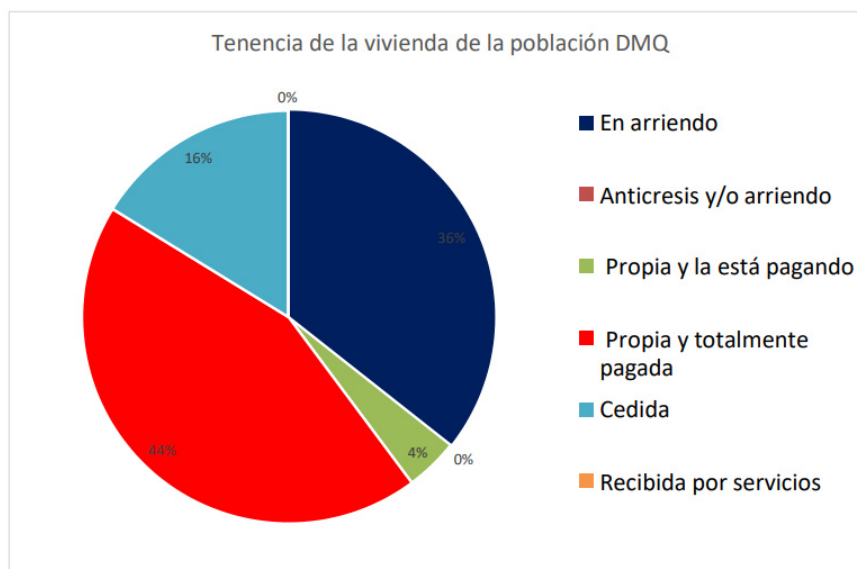
Figura 28

Tenencia de vivienda



○ **Tenencia de vivienda**

El 44% de la vivienda es totalmente propia, el 36% es vivienda arrendada; el 16% cedida y el 4% propia pero la siguen pagando.



4.1.1 Población (mercado objetivo)

Definir población objetivo:

“Al definir la población objetivo, se trata de identificar claramente el grupo específico de individuos o elementos que son objeto de estudio en la investigación. Este paso implica precisar las características demográficas, geográficas o cualquier otro criterio relevante que determine la inclusión de los participantes en la población”. (Rodríguez, J. J. 2015).

La definición precisa de la población objetivo es fundamental, ya que influye directamente en la aplicabilidad y generalización de los resultados obtenidos durante la investigación. La claridad en esta etapa facilita la posterior determinación del tamaño de la

muestra y contribuye a la validez externa de los hallazgos.

Para este trabajo de investigación, se ha determinado el mercado objetivo como la población de Ecuador, específicamente en la provincia de Pichincha, ciudad de Quito y, más precisamente, en el Distrito Metropolitano de Quito. Este grupo incluye a hombres y mujeres con edades a partir de 25 años, de acuerdo con nuestro perfil de cliente (Customer profile).

Establecer el Nivel de Confianza:

Determinar el nivel de confianza deseado en los resultados. Aunque comúnmente se utiliza un nivel del 95%, este puede variar según la naturaleza de la investigación.

Determinar el Margen de Error Aceptable:

Establecer el margen de error que se puede tolerar en los resultados. Este valor se expresa generalmente como un porcentaje y está inversamente relacionado con el tamaño de la muestra.

Calcular el Tamaño de la Población:

Este paso implica determinar la cantidad adecuada de individuos o elementos que compondrán la muestra, representando así la totalidad de la población en el estudio. La relevancia de calcular el tamaño de la población reside en la necesidad de obtener resultados significativos y representativos de la totalidad, evitando excesos que puedan incrementar costos y complejidad en la investigación, para ello podemos determinar una población finita o infinita.

- **Población Finita:** Se refiere a situaciones en las que se conoce y limita el tamaño total de la población. En este contexto, el cálculo del tamaño de la muestra se realiza

considerando el tamaño exacto de la población. La fórmula comúnmente utilizada para este escenario es:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza

N = Tamaño de Población - Censo

p = Probabilidad de que ocurra el evento (éxito)

q = Probabilidad de que no ocurra el evento

e = Error de estimación

n = Tamaño de la muestra buscado

4.1.2 Muestra

Según Rodríguez, J. J. (2015). “La muestra es un conjunto representativo y seleccionado de elementos o individuos tomados de una población más amplia con el propósito de realizar inferencias o generalizaciones sobre dicha población”. En otras palabras, es un subconjunto cuidadosamente elegido de la población total que se examina y analiza para obtener conclusiones sobre las características, comportamientos o propiedades de la población en su conjunto. La muestra se utiliza en la investigación para hacer el proceso más práctico y manejable, permitiendo la extracción de conclusiones válidas sobre la totalidad de la población a partir del estudio de una fracción representativa de la misma.

Definir la Muestra Representativa:

Para el presente proyecto se considera la fórmula de la población finita, puesto que sí

se conoce el tamaño de la población, en este caso se utiliza la información de la página del INEC del último censo registrado.

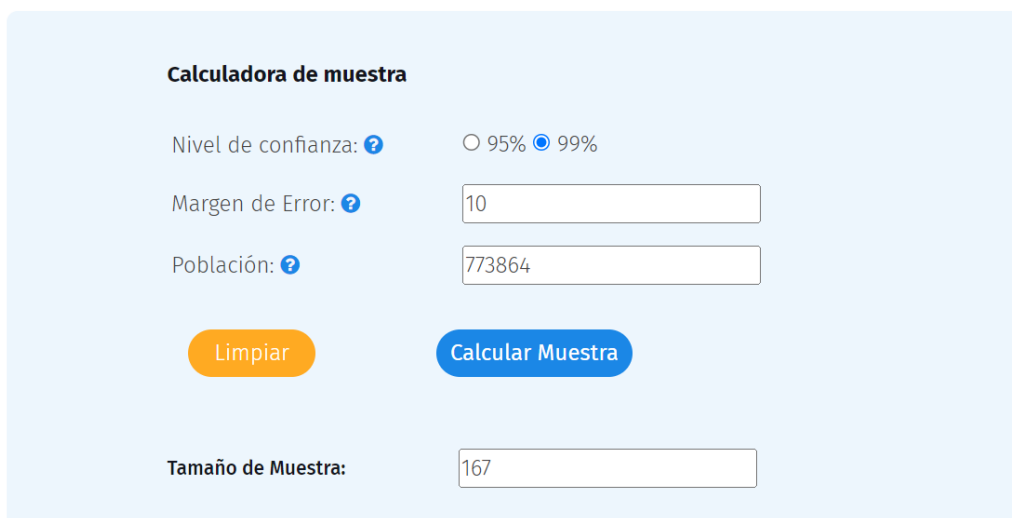
- Población: 2'239.191 habitantes (fuente INEC censo de población y vivienda 2010)

La información sobre la población se deriva del censo realizado en el año 2010 en la ciudad de Quito, con un enfoque específico en el Distrito Metropolitano de Quito. De acuerdo con los datos recopilados, se ha establecido lo siguiente:

- Nivel de confianza: 95%
- Margen de error: 5%
- Población: 2,239,191
- Edad: Habitantes del distrito metropolitano de Quito de edades desde 25 años en adelante, pertenecen al 54% de la población total, es decir 1,209,163.14.
- Tipo de vivienda: Propietarios de viviendas únicamente, aplica el 64% de la población, es decir 773,864,41
- Tamaño final de la muestra: **167**

Figura 29

Cálculo de la muestra



The image shows a screenshot of a sample size calculator interface. The title is "Calculadora de muestra". It features several input fields and buttons. The "Nivel de confianza" field has radio buttons for 95% and 99%, with 99% selected. The "Margen de Error" field contains the value 10. The "Población" field contains the value 773864. Below these fields are two buttons: "Limpiar" (orange) and "Calcular Muestra" (blue). At the bottom, the "Tamaño de Muestra" field displays the calculated value 167.

Field	Value
Nivel de confianza	99%
Margen de Error	10
Población	773864
Tamaño de Muestra	167

Estos números indican que la estimación se llevó a cabo con un nivel de confianza del 95%, y se acepta un margen de error del 8%. La población total considerada es de 2,239,191 y considerando variables de edad y propietarios de vivienda de acuerdo con nuestro perfil objetivo y en base a estos parámetros, el tamaño de la muestra necesario para realizar inferencias representativas es de 167.

4.1.3 Instrumento de recolección de información

Para recolectar información sobre el mercado objetivo relacionada a las 4P de marketing se utilizó una encuesta. Esta herramienta fue elegida ya que permite explorar patrones de comportamiento y de preferencias mediante preguntas estructuradas que brindan objetividad (al evitar sesgos), además de proporcionar suficientes datos para generalizar la información de manera eficiente gracias a su aplicación en una muestra representativa de la población objetivo.

La encuesta se realizó a 167 personas y consistió en 19 preguntas, en las cuales se indagó los siguientes temas:

Datos generales sobre los encuestados (manteniendo su anonimidad)

Producto: conocimiento y percepción del servicio

Precio: percepción de valor y precio, modelo de pago preferido

Plaza: disponibilidad y acceso

Promoción: canal de información preferido

Consideraciones generales: competencia, reputación e interés

Respecto a los **DATOS GENERALES** de los encuestados se realizaron 3 preguntas (1 – 3):

Figura 30

Encuesta 2, preguntas 1, 2 y 3

1. ¿Cuál es su edad?

[More Details](#)

[Insights](#)

● Entre 18 y 24 años	9
● Entre 25 y 39 años	79
● Entre 40 y 65 años	76
● Más de 65 años	3



2. ¿Cuál es su género?

[More Details](#)

● Femenino	91
● Masculino	76



3. Por favor indique su ingreso mensual promedio

[More Details](#)

[Insights](#)

● Menos de \$750	38
● Entre \$750 y \$1500	42
● Entre \$1501 y \$2500	61
● Más de \$2500	26



Según los resultados reflejados en la figura 30, se observa que, en concordancia con el customer profile diseñado en la fase 1, el segmento de mercado al que se desea llegar con este emprendimiento (mayores de 25 años) fue al que se le aplicó de mayor manera la encuesta con un total de 79 personas entre 25 y 39 años de edad como mayoría, seguidos de 76 personas entre 40 y 65 años de edad. Tomando como guía los datos de población del INEC sobre la mayor cantidad de población de género femenino se encuestó a 91 mujeres y a 76

hombres. Por último, al preguntar respecto al rango de ingresos mensuales percibidos, se aprecia que la mayoría de encuestados (87 personas) perciben más de \$1500 mensuales. Este último grupo se alinea al segmento de mercado seleccionado.

Respecto al **PRODUCTO** se realizaron 3 preguntas (4 – 6) que indagan sobre el conocimiento y percepción del servicio que ofrece el emprendimiento de "Diseño, Implementación y Mantenimiento de Jardines en Espacios Residenciales en el Distrito Metropolitano de Quito”:

Figura 31

Encuesta 2, preguntas 4 y 5

4. ¿Está al tanto de los servicios de diseño, implementación y mantenimiento de jardines interiores en espacios residenciales?

[More Details](#)

[Insights](#)

● Sí	64
● No	103



5. ¿Qué aspectos considera más importantes al elegir un servicio de jardinería para su hogar? (Seleccione uno o más)

[More Details](#)

● Experiencia y profesionalismo d...	80
● Diseño personalizado del jardín	79
● Variedad de plantas y flores dis...	55
● Servicios de mantenimiento reg...	64
● Other	5



Los resultados de la figura 31 indican que en mayor cantidad (103 personas) las personas encuestadas desconocen los servicios de diseño, implementación y mantenimiento

de jardines interiores en espacios residenciales. Los aspectos más importantes al momento de elegir un servicio de jardinería para el hogar fueron la experiencia y profesionalismo del equipo, cercanamente seguido del diseño personalizado del jardín. Cabe mencionar que en la pregunta 5 fue posible seleccionar más de una respuesta al momento de responder.

Figura 32

Encuesta 2, pregunta 6

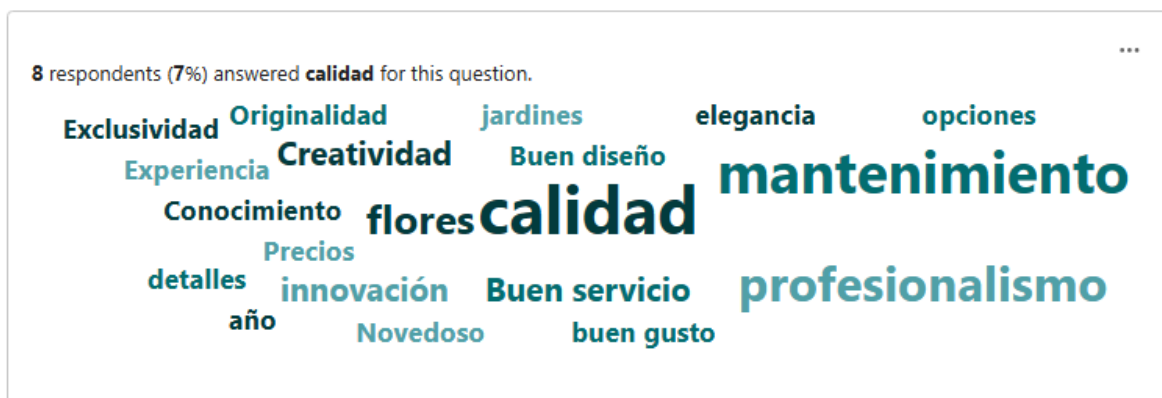
6. ¿Qué características le gustaría ver en un servicio de este tipo?

[More Details](#)

[Insights](#)

117
Responses

Latest Responses



Respecto a las características que a los encuestados les gustaría ver en este tipo de servicios (figura 32) se destacan la variedad de plantas y acompañamiento respecto a su cuidado, que el diseño implementado sea creativo y original, y el profesionalismo y calidad en la atención.

Sobre el tema del **PRECIO** se realizaron 4 preguntas (7 – 10) que se refirieron sobre la percepción de valor y precio y respecto al modelo de pago preferido:

Figura 33

Encuesta 2, preguntas 7, 8 y 9

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el diseño e instalación de un jardín al interior de su domicilio POR METRO CUADRADO?

[More Details](#)

[Insights](#)

Menos de \$90	77
Entre \$90 y \$120	74
Entre \$121 y \$170	12
Más de \$170	4



8. ¿Estaría dispuesto/a a pagar más por servicios adicionales o características especiales? (mantenimiento, sistema de riego, sistema de iluminación, etc.)

[More Details](#)

[Insights](#)

Sí	127
No	40



9. ¿Qué modalidad de pago prefiere?

[More Details](#)

Efectivo	31
Tarjeta de débito/crédito	106
Transferencia	70



Como se puede apreciar en la figura 33 la mayor parte de los encuestados (77 personas) estarían dispuestos a pagar menos de \$90 por metro cuadrado por el servicio de diseño e instalación de un jardín en el interior de su residencia. Esto significa un gran reto para el emprendimiento debido al alto costo de implementación que deriva en un precio alto, sin embargo, se puede entender esta tendencia debido a la actual crisis económica que se atraviesa desde la pandemia de COVID (del 2019 en adelante) y debido a que los ingresos

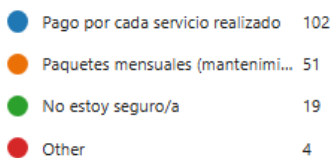
económicos de los encuestados están debajo de los ingresos estimados en el customer profile (sobre los \$1500). Como contraste, el mayor número de encuestados (127 personas) expresan su disposición a pagar valores adicionales por servicios complementarios ofrecidos. En cuanto al modelo de pago, un poco más de la mitad de los encuestados (106 personas) prefieren realizar el pago mediante tarjetas de débito o crédito, por sobre las opciones de efectivo o transferencia.

Figura 34

Encuesta 2, pregunta 10

10. ¿Qué plan de pagos prefiere?

[More Details](#)



En cuanto al plan de pagos (figura 34) una mayoría de 102 personas expresa que prefiere pagar por cada servicio realizado de forma separada y no como un plan o paquete mensual de mantenimiento continuo.

En el tema de **PLAZA** las 3 preguntas (11 – 13) trataron respecto a la disponibilidad y acceso al servicio:

Las respuestas mostradas en la figura 35 indican que 63 de los encuestados creen que los servicios de jardinería en su área no son ni muy accesibles ni muy poco accesibles. La mayor parte de encuestados (70 personas) prefieren contratar el servicio de forma presencial (en oficina o showroom), aunque hay gran cantidad (61 encuestados) que también lo

realizarían de manera virtual. Como es de esperar, la mayor cantidad de encuestados (135 personas) prefieren que el tiempo de instalación sea el menor posible, siendo la opción “De 5 a 10 días” la más seleccionada.

Figura 35

Encuesta 2, preguntas 11, 12 y 13

11. ¿Qué tan accesible cree que es contratar servicios de jardinería en su área?

[More Details](#)

[Insights](#)

Muy accesible	23
Accesible	61
Neutral	63
Inaccesible	15
Muy inaccesible	5



12. ¿De qué forma preferiría que sea la contratación?

[More Details](#)

[Insights](#)

Oficina / showroom	70
Virtual	61
Telefónica	34



13. ¿Cuánto tiempo está dispuesto a invertir en el diseño e instalación?

[More Details](#)

De 5 a 10 días	135
De 11 a 15 días	23
Más de 15 días	7



Sobre la **PROMOCIÓN** las 2 preguntas realizadas (14 – 15) se refirieron al canal de información preferido:

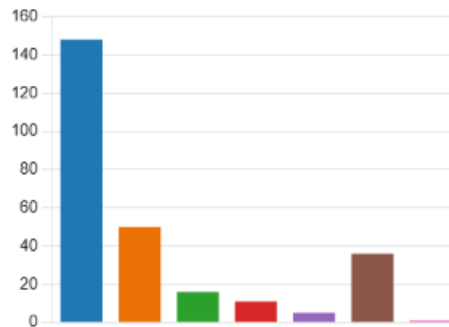
Figura 36

Encuesta 2, preguntas 14 y 15

14. ¿A través de qué canales preferiría recibir información sobre servicios de diseño y mantenimiento de jardines? (Seleccione uno o más)

[More Details](#)

● Redes sociales (Facebook, Insta...	148
● Publicidad en línea (páginas we...	50
● Radio	16
● TV	11
● Periódico	5
● Referencias de amigos/familiares	36
● Other	1



15. ¿Qué factores lo/a motivarían a probar un nuevo servicio en este campo?

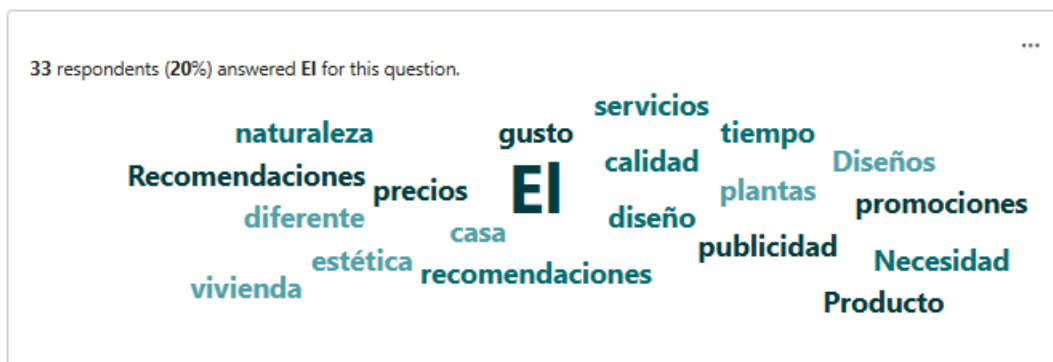
[More Details](#)

[Insights](#)

167
Responses

Latest Responses

"Recomendación"
"Precio"
"Promos"



Según indica la figura 36, el canal preferido son las redes sociales con amplia ventaja sobre las siguientes opciones (publicidad en línea y referencias de amigos y familiares).

Por último, las 4 preguntas (16 – 19) respecto a las **CONSIDERACIONES GENERALES** se enfocaron en la competencia, reputación e interés en el servicio:

Figura 37

Encuesta 2, preguntas 16 y 17

16. ¿Conoce otros servicios similares en el mercado? (Diseño e instalación de jardines AL INTERIOR de residencias)

[More Details](#)



17. Si respondió Sí: ¿Cómo cree que se podría/debería diferenciar nuestro servicio de la competencia actual?

[More Details](#)

[Insights](#)

36
Responses

Latest Responses
"Elegancia"



Sobre la competencia, la figura 37 indica que la gran mayoría de encuestados (134 personas) no conocen otros servicios de diseño e instalación de jardines al interior de residencias, y quienes sí los conocen creen que la calidad de servicio y los costos competitivos son factores que podrían diferenciar al servicio planteado por este emprendimiento de sus competidores.

Como último tema analizado, la figura 38 muestra que 144 de 167 encuestados guían

su decisión de contratación por la reputación de la empresa y las opiniones de otros clientes. Respecto al interés en la contratación del servicio son 91 encuestados los que expresan interés medio por contratar los servicios de diseño, implementación y mantenimiento de jardines interiores en espacios residenciales.

Figura 38

Encuesta 2, pregunta 18 y 19

18. ¿La reputación de la empresa y las opiniones de otros clientes afectarían su decisión de contratar estos servicios?

[More Details](#)

● Sí, definitivamente	98
● Sí, en cierta medida	46
● No afectaría mi decisión	17
● No estoy seguro/a	6



19. ¿Qué tan interesado/a estaría en contratar estos servicios (diseño, implementación y mantenimiento de jardines interiores en espacios residenciales)?

[More Details](#)

● Nada interesado/a	8
● Poco interesado/a	56
● Interesado/a interesado/a	91
● Muy interesado/a interesado/a	12



4.1.4 Indicadores para la medición de datos y análisis de resultados

Entre los indicadores relevantes para la medición de datos tenemos aquellos que permiten evaluar la aceptación del emprendimiento y prototipo 1.0 en el mercado y la viabilidad del negocio, por ejemplo:

- Aceptación del diseño del prototipo 1.0 (preguntas 5 y 6)
- Nivel de interés (pregunta 19)
- Disposición a pagar (pregunta 7 y 8)

- Accesibilidad (pregunta 11)
- Plazos de entrega (pregunta 13)
- Canal de distribución preferido (pregunta 14)
- Conocimiento de la competencia y expectativas (preguntas 16 y 17)

4.2 Validación de segmento de mercado. Testing (Designing Strong Experiments)

Con el objeto de validar el segmento de Mercado, una vez realizado el ejercicio de la investigación de mercado se ejecutaron entrevistas a personas que cumplen con el perfil según la muestra obtenida, para tal efecto se obtuvo información con el objeto de conocer sus preferencias respecto al producto y servicio, al mantenimiento, productos adicionales, involucramiento familiar y esquemas de promoción para conocer sobre la marca, es decir se conoció de primera mano cuáles son sus requerimientos tras identificar el menú de servicios ofertado. Ninguno de los entrevistados ha contratado un servicio de diseño, implementación y mantenimiento de jardines, consideran que la implementación aportara a su entorno para armonizarlo en contacto con la naturaleza y adquirir un nuevo estilo de vida, la disposición de espacio al interior de sus hogares existe, especialmente en espacios de áreas sociales, así como el presupuesto y recursos asignados para invertirlo.

Respecto a la contratación de servicios adicionales y complementarios como mantenimiento, consideran que es importante y que debe ser realizado por los especialistas que realizan el servicio ya que tienen el conocimiento, la capacidad y herramientas necesarias para su ejecución y coinciden que es aceptable una frecuencia de tiempo trimestral. La promoción de los productos y servicios avanza en su preferencia de mantener información a través de medios digitales para luego profundizarlos en sus diseños el momento que decidan la

contratación y compra. Es importante mencionar que desde el inicio la opinión familiar tiene un papel destacado a la hora de buscar o contratar un cambio, pues el hogar es un espacio común y es indispensable que todos los miembros de la familia se involucren por el simple hecho de adquirir un nuevo estilo de vida y una experiencia distinta de convivencia.

4.3 Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit)

4.3.1 Product-Market Fit CANVAS

Figura 39

Product-Market Fit Canvas

<p>Characteristics and jobs to be done</p> <p>Perfil Principal: Personas con residencias en áreas urbanas, apreciadoras de la estética y bienestar proporcionados por jardines interiores. Características Demográficas: Adultos de 30 a 60 años, residencias propias o alquiladas, ingresos medios a altos. Psicografía: Interés en la conexión con la naturaleza, preocupación por el bienestar y estética del hogar.</p>		<p>Asesoría Personalizada: Diseño y planificación de jardines adaptados a preferencias y estilo de vida. Implementación: Instalación de jardines interiores utilizando plantas de bajo mantenimiento. Mantenimiento: Servicios trimestrales para asegurar la salud y estética de los jardines.</p>
<p>Problems and needs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desea tener un espacio verde en casa. - Falta de conocimiento sobre diseño y mantenimiento. - Limitación de tiempo para cuidar el jardín. 		<p>Key features</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño personalizado. - Servicio al cliente excepcional. - Instalación de mantenimiento. - Conocimiento especializado. - Adaptabilidad a cambios en preferencias y entorno.
<p>Channel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plataforma digital (aplicación) para la comunicación y contratación de servicios. - Comunicación clara y puntualidad a través de medios electrónicos. 		<p>Value for the channel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas exhaustivas para comprender necesidades y expectativas. - Colaboración activa durante el proceso de diseño si el cliente lo prefiere.
<p>User experience</p> <p>Asesoramiento continuo y servicios de mantenimiento para construir relaciones a largo plazo.</p>		<p>Key metrics</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de marketing enfocadas en la diferenciación y satisfacción del cliente. - Tarifas por asesoría, diseño, implementación y mantenimiento.

Cliente

Segmento de Cliente

- Perfil Principal: Personas con residencias en áreas urbanas, apreciadoras de la estética y bienestar proporcionados por jardines interiores.

- Características Demográficas: Adultos de 25 a 65 años, residencias propias o alquiladas, ingresos medios a altos.
- Psicografía: Interés en la conexión con la naturaleza, preocupación por el bienestar y estética del hogar.

Tareas y Responsabilidades

- Diseñar, implementar y mantener jardines interiores.
- Colaborar en la toma de decisiones sobre el diseño y mantenimiento.

Necesidades y Problemas

- Desea de tener un espacio verde en casa.
- Falta de conocimiento sobre diseño y mantenimiento.
- Limitación de tiempo para cuidar el jardín.

Producto/Servicio

Solución

- Asesoría Personalizada: Diseño y planificación de jardines adaptados a preferencias y estilo de vida.
- Implementación: Instalación de jardines interiores con plantas de bajo mantenimiento.
- Mantenimiento: Servicios trimestrales para asegurar la salud y estética de los jardines.

Características Clave

- Diseño personalizado.
- Servicio al cliente excepcional.
- Facilidad de mantenimiento.

- Conocimiento especializado.
- Adaptabilidad a cambios en preferencias y entorno.

Ventajas Competitivas

- Variedad en la selección de productos.
- Uso de tecnologías sostenibles.
- Enfoque en el bienestar y la salud.

Relación

Canales de Distribución

- Plataforma digital (aplicación) para la comunicación y contratación de servicios.
- Comunicación clara y puntualidad a través de medios electrónicos.

Interacción con el Cliente

- Entrevistas exhaustivas para comprender necesidades y expectativas.
- Colaboración activa durante el proceso de diseño si el cliente lo prefiere.

Servicios Postventa

- Asesoramiento continuo y servicios de mantenimiento para construir relaciones a largo plazo.

Ingresos

Fuentes de Ingresos

- Tarifas por asesoría, diseño, implementación y mantenimiento.

- Costos adicionales transparentes y comunicados previamente.

Estructura de Precios

- Precio basado en el tamaño del proyecto y servicios requeridos.

Tamaño del Mercado

Mercado Objetivo

- Estimación basada en la demanda actual y tendencias de crecimiento en la decoración y bienestar en el hogar.

Participación de Mercado

- Estrategias de marketing enfocadas en la diferenciación y satisfacción del cliente

4.3.2 Explicar cómo la propuesta llega a ser factible, viable y deseable

Factibilidad

Técnica

- Experiencia y conocimiento especializado en paisajismo y horticultura.
- Colaboración con proveedores establecidos y especializados en plantas y materiales.

Operativa

- Procesos claros y eficientes desde la asesoría hasta el mantenimiento.
- Uso de tecnologías sostenibles para mejorar la eficiencia.

Legal

- Cumplimiento de regulaciones y leyes relacionadas con el diseño de interiores y jardinería.

Viabilidad

Financiera

- Estructura de precios competitiva y transparente.
- Fuentes de ingresos diversificadas a través de servicios y tarifas.

Mercado

- Evaluación del mercado objetivo y participación basada en análisis de tendencias y competencia.

Técnica

- Colaboración con profesionales especializados para garantizar la calidad del servicio.

Deseabilidad

Cliente

- Entrevistas exhaustivas y colaboración activa para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

Mercado

- Enfoque en la diferenciación y valor agregado para crear una propuesta atractiva en el mercado.

Producto

- Diseño estético, fácil mantenimiento y enfoque en el bienestar para atraer a los clientes interesados en la conexión con la naturaleza.

La propuesta de jardines exclusivos se posiciona como una solución factible, viable y deseable para el mercado objetivo, ofreciendo servicios que abordan las necesidades y

preferencias de los clientes de manera única y diferenciada. La estructura de precios, la eficiencia operativa y la atención al cliente son elementos clave que respaldan la factibilidad y viabilidad del negocio, mientras que el enfoque en la estética y el bienestar contribuyen a su atractivo y deseabilidad en el mercado.

4.4 Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo).

4.4.1 PMV Canvas

Figura 40

PMV Canvas



Para Quién Va Dirigido:

El servicio se enfoca en propietarios de residencias urbanas en el Distrito Metropolitano de Quito que desean transformar sus hogares en espacios verdes y armoniosos.

Esto incluye tanto a personas con experiencia en jardinería como a aquellos que son nuevos en el cuidado de plantas, ya que se adaptará a las necesidades individuales de cada cliente.

Debe Tener:

- Consulta Inicial Personalizada: El emprendimiento ofrecerá una consulta inicial gratuita para entender las necesidades y expectativas del cliente. Esto incluirá la evaluación del espacio disponible, preferencias estéticas y cualquier consideración especial del cliente.
- Diseño Personalizado: El servicio se compromete a proporcionar diseños de jardines personalizados que reflejen la visión única de cada cliente. Esto implica considerar aspectos estéticos, funcionales y medioambientales.
- Implementación Básica: Se llevará a cabo la fase inicial del diseño, que incluirá la selección de plantas y la disposición básica. El presente emprendimiento Quito se encargará de la instalación inicial para iniciar la transformación del espacio.
- Guía de Cuidado y Mantenimiento: Se proporcionará a los clientes una guía detallada que explique cómo cuidar y mantener su nuevo jardín de manera efectiva. Esto incluirá información sobre riego, poda y posibles problemas.

Debería Tener:

- Asesoramiento Continuo: El presente proyecto deberá ofrecer servicios de asesoramiento continuo para atender las consultas de los clientes sobre el cuidado de las plantas, la resolución de problemas y las actualizaciones estacionales.
- Diseño Sostenible: Se buscará integrar prácticas de diseño sostenible, priorizando opciones de paisajismo que fomenten la conservación del agua y la utilización de

plantas autóctonas.

- Programa de Membresía: El negocio podría implementar un programa de membresía que brinde beneficios exclusivos a clientes recurrentes, como descuentos en servicios de mantenimiento programado.

Podría Tener:

- Aplicación Móvil Interactiva: La posibilidad de desarrollar una aplicación móvil interactiva está en consideración. Esta aplicación permitiría a los clientes monitorear el estado de su jardín, programar servicios de mantenimiento y recibir consejos personalizados.
- Colaboraciones Estratégicas: Se está evaluando la posibilidad de establecer colaboraciones con viveros locales para ofrecer a los clientes acceso preferencial a una variedad de plantas y materiales de jardinería.
- Talleres de Jardinería: El proyecto podría organizar talleres, tanto virtuales como presenciales, para educar a los clientes sobre técnicas avanzadas de jardinería y diseño paisajístico.

Backlog (Lista de Tareas Pendientes):

- Integración de Pagos en Línea: Como punto importante, se contempla la integración de sistemas de pago en línea para facilitar transacciones seguras y convenientes.
- Generación de Contenido Educativo: La creación regular de contenido educativo en el sitio web está en el backlog, abordando temas relevantes, tendencias y prácticas actualizadas en el mundo de la jardinería y el paisajismo.
- Investigación de Proveedores: La investigación para identificar proveedores de

servicios de mantenimiento de confianza se encuentra en la lista de tareas pendientes para futuras asociaciones estratégicas.

Alternativas:

- Colaboración con Empresas de Paisajismo: Como alternativa, se está explorando la posibilidad de colaborar con empresas de paisajismo locales para proyectos específicos o servicios complementarios. En este contexto, surge la oportunidad de explorar alternativas para el desarrollo y expansión como es Jardín Express S.A., una empresa dedicada a proporcionar soluciones profesionales en diseño y mantenimiento de espacios exteriores e interiores. La empresa destaca por su enfoque en la creación de diseños personalizados, adaptándose a las necesidades específicas de sus clientes, cuenta con un equipo de paisajistas con experiencia en el mercado ecuatoriano.
- Enfoque en Diseño para Balcones: Otra alternativa sería considerar un enfoque especializado en el diseño exclusivo para balcones y espacios reducidos dentro de las residencias. Como alternativa, Jardines Terragarden se distingue como una empresa que explora un abanico de servicios especializados, que abarcan desde la creación de diseños de jardines únicos con un enfoque centrado en la sostenibilidad, hasta la prestación de servicios integrales de mantenimiento destinados a hogares y propiedades comerciales. Adicionalmente, destacan por la personalización de sistemas de riego para optimizar la eficiencia en cada espacio, ya sea en ambientes interiores o exteriores.
- Programa Piloto en Zona Específica: Se evalúa la viabilidad de un programa piloto en una zona demográfica específica como alternativa antes de expandir completamente los servicios. Con más de 20 años de experiencia, Francisca Freile Diseño de Jardines Cia. Ltda. se especializa en servicios integrales de diseño

paisajista, con enfoque en asesoría, ejecución, mantenimiento y restauración de espacios verdes. Fundada por Francisca Freile León en 1993, ecuatoriana con estudios de diseño paisajista en California, la empresa destaca por trabajar de manera específica en zonas determinadas. Este enfoque permite adaptar sus servicios a las necesidades locales, proporcionando soluciones paisajísticas personalizadas y de alta calidad.

4.4.2 Landing Page

La landing page es una herramienta esencial para captar el interés de los visitantes, comunicar los beneficios de los servicios de jardines de interior y convertirlos en clientes potenciales. Una landing page debe ser atractiva, clara y persuasiva, y debe permitir medir y optimizar continuamente su rendimiento para maximizar los resultados del negocio.


En concreto, para el plan de negocio del emprendimiento MagicGarden se utilizan colores alusivos a la naturaleza y a la vegetación (verde, amarillo), además de elementos decorativos e imágenes de proyectos implementados de jardines interiores, para que la experiencia de navegación sea agradable e inmersiva en el tema de jardinería interior.

[Enlace para la landing page de MagicGarden:](https://www.canva.com/design/DAF3LkJS86Y/Z2hgv-TI9tLbCUxKaCBSnw/view?utm_content=DAF3LkJS86Y)

https://www.canva.com/design/DAF3LkJS86Y/Z2hgv-TI9tLbCUxKaCBSnw/view?utm_content=DAF3LkJS86Y

Figura 41

Landing page, página 1



**Tu CASA,
con el jardín
que siempre
soñaste,
ahora es
una
realidad.**




Figura 42

Landing page, página 2

**SALUDA A TU PROPIO
ESPACIO DE NATURALEZA**

ENTRA EN UN MUNDO DE VERDOR EXUBERANTE Y CALMA REJUVENECEDORA MIENTRAS NUESTROS EXPERTOS EN DISEÑO DE INTERIORES CREAN UN PARAÍSO BOTÁNICO A MEDIDA PARA TI.

DESDE PLANTAS EXÓTICAS Y SUCULENTAS HASTA CASCADAS DE PARED Y JARDINES VERTICALES, CONVERTIMOS CUALQUIER ESPACIO EN UN RINCÓN VERDE LLENO DE VIDA.

DESCUBRE LA BELLEZA DE LA NATURALEZA EN TU PROPIO HOGAR CON NUESTRO DISEÑO DE JARDINES DE INTERIOR. ¡CREA UN AMBIENTE FRESCO Y RELAJANTE QUE TE ACERQUE A LA NATURALEZA CADA DÍA!



Figura 43

Landing page, página 3

BENEFICIOS DE UN JARDIN DE INTERIOR

- 1**
 - Mejora tu calidad de vida, con vegetación especialmente seleccionada para el interior de tu hogar.
- 2**
 - Reconnectate con la paz y tranquilidad que aporta la naturaleza
- 3**
 - Dale un nuevo aire a tu hogar y has de él un lugar más acogedor y moderno.

Figura 44

Landing page, página 4

TESTIMONIOS

Ana S.
"El diseño de jardines de interior transformó mi apartamento. Ahora, mi hogar se siente lleno de vida y tranquilidad. ¡Gracias!"

Carlos M.
"El diseño de jardines de interior hizo realidad mi sueño de tener un oasis verde en casa. Es un rincón que me hace feliz todos los días."

Kin Gyun
"El diseño de jardines de interior cambió mi vida en la ciudad. Llegar a casa y estar rodeada de plantas me ayuda a relajarme y recargar energías. La mejor inversión para mi bienestar."

Figura 45

Landing page, página 5



4.4.3 Actualización del modelo de Monetización

Monetizar un proyecto de jardines interiores residenciales puede implicar diversas estrategias, algunas de ellas ya fueron expuestas, sin embargo, se ha considerado plantear otras adicionales para tener mayores oportunidades de ingresos.

Venta de Productos y Servicios:

- Ofrecer paquetes de diseño de jardines interiores personalizados.
- Vender plantas, macetas, sustratos y otros insumos necesarios para los jardines.
- Proporcionar servicios de instalación y mantenimiento.

Suscripción o Membresía:

- Ofrecer un programa de suscripción mensual que incluya servicios de diseño y

mantenimiento periódico.

- Crear una membresía exclusiva con beneficios adicionales, como descuentos en productos y servicios, acceso a eventos especiales o contenido educativo.

Plataforma en Línea:

- Desarrollar una plataforma en línea donde los usuarios puedan diseñar virtualmente sus propios jardines y comprar los productos necesarios.
- Cobrar una tarifa por el acceso premium a funciones avanzadas de la plataforma.

Eventos y Talleres:

- Organizar eventos presenciales o virtuales, como talleres de jardinería interior o sesiones educativas.
- Cobrar tarifas de inscripción para participar en eventos exclusivos con expertos en jardinería.

Alianzas con Empresas Afines:

- Establecer asociaciones con viveros locales, tiendas de artículos para el hogar o empresas de decoración para ofrecer descuentos cruzados o paquetes conjuntos.
- Obtener comisiones por cada cliente referido a estas empresas asociadas.

Publicidad y Patrocinios:

- Ofrecer espacios publicitarios en tu plataforma en línea para marcas relacionadas con la jardinería y la decoración.
- Buscar patrocinios para eventos, talleres o contenidos educativos.

Aplicación Móvil:

- Desarrollar una aplicación móvil con funcionalidades exclusivas, como recordatorios de riego, consejos personalizados y una comunidad de amantes de la jardinería.
- Cobrar por la descarga de la aplicación o incluir compras dentro de la aplicación (in-app purchases).

Consultoría y Asesoría:

- Ofrecer servicios de consultoría y asesoría en diseño de jardines interiores para clientes que deseen realizar el proyecto por sí mismos.
- Cobrar tarifas por hora o por paquete de consultoría.

5 Plan de Marketing

5.1 Establecimiento de Objetivos

Se plantean 5 objetivos de marketing siguiendo la metodología SMART, es decir, que sean Específicos (Specific), measurable (Medibles), alcanzables (Achievable), realistas (Realistic) y de duración limitada (Time-bound).

- Establecer la presencia inicial de marca obteniendo 5000 impresiones y 1000 interacciones en redes sociales antes de su lanzamiento en abril del 2024.

¿Cómo?

Mediante la utilización de “teasers”, imágenes del prototipo 1.0 y 2.0, y anuncios de “próximamente” para generar anticipación y para lograr métricas antes de la fecha del lanzamiento.

- Generar interés y demanda antes del lanzamiento en abril del 2024 para lograr un 30% de reservas anticipadas respecto a las reservas del primer bimestre.

¿Cómo?

Mediante una campaña de marketing digital y presencial para llegar al público objetivo, y mediante la oferta de incentivos especiales para las primeras reservas. Se medirá mediante encuestas y seguimiento en redes sociales.

- Alcanzar 5,000 seguidores en plataformas clave en el primer trimestre desde el lanzamiento.

¿Cómo?

Publicando contenido relevante, participando en conversaciones y respuesta activa en comentarios y mensajes directos, además de usar campañas publicitarias

específicas para la construcción de la comunidad.

- Preparar el sitio web para el lanzamiento, centrándose en la optimización y la usabilidad logrando una calificación de velocidad del sitio de al menos 85 en herramientas de evaluación.

¿Cómo?

Colaborando con profesionales web y utilizando pruebas exhaustivas antes del lanzamiento asegurándose de que la información sea clara, la navegación sea fácil y el proceso de reserva sea intuitivo.

- Crear un programa de fidelización para incentivar la repetición de negocios y la referencia de clientes logrando obtener al menos el 20% de clientes recurrentes en los primeros tres meses.

¿Cómo?

Se logrará al ofrecer descuentos exclusivos y beneficios adicionales para los clientes iniciales. Se implementará un sistema de seguimiento de clientes y de recopilación de comentarios para mejorar continuamente el programa.

5.2 Estrategias de Marketing Mix (4Ps)

Estrategias de Producto

- Diseño Eco-Amigable y Sostenible: MagicGarden se distinguirá por ofrecer diseños de jardines interiores que integren prácticas eco-amigables y sostenibles. Utilizará materiales reciclados y orgánicos, así como sistemas de riego eficientes que minimicen el consumo de agua. Esta estrategia responde a la creciente demanda de clientes

preocupados por el medio ambiente y busca posicionar a MagicGarden como líder en el mercado de diseño de interiores sostenibles.

- *Innovación en Tecnología de Jardinería:* La empresa se compromete a adoptar las últimas tecnologías en el cuidado de jardines interiores. Se implementarán sistemas de iluminación LED de bajo consumo, sistemas de riego automatizados controlados por aplicaciones móviles y sensores de humedad del suelo para optimizar el crecimiento de las plantas. Esta estrategia demuestra el compromiso de MagicGarden con la innovación y la excelencia en el servicio al cliente.
- *Experiencias de Jardinería Educativa:* MagicGarden ofrecerá experiencias de jardinería educativa para clientes interesados en aprender sobre el cultivo de plantas y el diseño de jardines interiores. Organizará talleres prácticos, charlas informativas y visitas guiadas a sus instalaciones para educar y empoderar a los amantes de la jardinería. Esta estrategia fortalecerá la relación con los clientes y fomentará la comunidad en torno a MagicGarden.
- *Servicio de Consultoría Personalizada:* La empresa brindará servicios de consultoría personalizada donde expertos en jardinería trabajarán estrechamente con los clientes para entender sus necesidades y deseos específicos. A través de sesiones de diseño colaborativas, se crearán soluciones a medida que reflejen la personalidad y el estilo de vida de cada cliente. Esta estrategia garantiza la satisfacción del cliente y la entrega de soluciones verdaderamente personalizadas.

- Jardines Inteligentes con Domótica: MagicGarden innovará al ofrecer jardines interiores inteligentes que integren tecnología de Internet de las Cosas (IoT) y domótica. Los clientes podrán controlar la iluminación, la temperatura y el riego de sus jardines a través de dispositivos inteligentes y aplicaciones móviles. Esta solución proporcionará comodidad y conveniencia a los clientes, mientras promueve un estilo de vida moderno y conectado con la naturaleza.

Estrategias de Precio

- Modelo de Precios Basado en Valor Percibido: MagicGarden establecerá precios basados en el valor percibido por los clientes en lugar de simplemente competir en función de los precios del mercado. Se enfocará en comunicar los beneficios únicos de sus servicios, como la calidad del diseño, la sostenibilidad y el nivel de servicio al cliente. Esta estrategia permitirá a MagicGarden diferenciarse de la competencia y capturar una prima de precio por su propuesta de valor única.
- Paquetes de Servicios Personalizados: La empresa ofrecerá paquetes de servicios personalizados que se adapten a las necesidades y presupuestos de diferentes segmentos de clientes. Los paquetes incluirán opciones de diseño, mantenimiento, consultoría y suministros de jardinería, permitiendo a los clientes elegir la combinación que mejor se ajuste a sus requerimientos. Esta estrategia aumentará la accesibilidad de los servicios de MagicGarden y fomentará la participación de una amplia base de clientes.
- Descuentos por Referidos y Lealtad: MagicGarden implementará un programa de descuentos por referidos y lealtad para incentivar la recomendación de nuevos clientes

y premiar la fidelidad de los clientes existentes. Los clientes recibirán descuentos en futuras compras o servicios por cada nuevo cliente referido, así como puntos de lealtad que podrán canjear por beneficios adicionales. Esta estrategia estimulará la adquisición de clientes y fortalecerá las relaciones con la base de clientes actual.

- *Precios Transparentes y Desglosados:* La empresa adoptará una política de precios transparentes y desglosados que muestre claramente el valor de cada componente del servicio. Los clientes podrán ver detalladamente cómo se calcula el precio final y entenderán el valor agregado que reciben por su inversión. Esta transparencia fortalecerá la confianza del cliente y minimizará la percepción de precios ocultos o injustificados.
- *Ofertas Especiales por Temporada:* MagicGarden lanzará ofertas especiales y promociones por temporada para aprovechar eventos y ocasiones específicas durante todo el año. Por ejemplo, ofrecerá descuentos en servicios de diseño y mantenimiento de jardines antes de la temporada de primavera, cuando aumenta la demanda de proyectos de jardinería. Estas ofertas estimularán la actividad comercial y atraerán nuevos clientes durante momentos clave del calendario.

Estrategias de Plaza

En el marketing mix la plaza determina a los canales que se utilizara para que el producto llegue al consumidor, también llamado distribución este factor tiene mucha relevancia a la hora de tomar una decisión porque el consumidor tiene varias alternativas para adquirirlos como lugares físicos, tiendas virtuales y lo más importante la logística necesaria para que el producto llegue a su destino.

- Estrategia de empuje: La estrategia de plaza o distribución bajo este parámetro se origina respecto a la necesidad que tienen los clientes interesados en contratar el diseño e implementación de un jardín en sus residencias, encontraran la distribución de información en medios masivos digitales, para esto MagicGarden ha desarrollado el landing page donde se expone los servicios que presta la marca, posterior distribución de información utilizando herramientas de mailing o newsletter que lleguen directamente a los correos de los clientes, cabe destacar que los consumidores mantienen un punto físico de venta y atención ya que MagicGarden estará ubicado al norte de la ciudad de Quito ubicado en Av. De los Shyris y El Telégrafo.
- Estrategia de atracción: Mediante la oferta del producto y el servicio que ofrece la marca los clientes en la tienda física tienen la oportunidad de conocer y traducir esta oportunidad en una “experiencia” al sentir, mirar y palpar los ambientes que se encuentran en exhibición, el objeto de esta estrategia es precisamente generar una memoria en el cliente para que se sienta atraído por la marca y la consecuente inducción a la contratación y compra.
- Estrategia Exclusiva: Respecto a la distribución del producto y servicio como tal,

considerando que no es un producto de consumo masivo y diseñado bajo lineamientos personalizados, se establece un canal directo que no mantiene intermediarios y bajo un esquema ordenado de logística y transporte de los insumos necesarios para la implementación del jardín, todos los factores necesarios para el trabajo son ejecutados y coordinados por la empresa de tal forma que el cliente tiene comunicación directa para garantizar su tranquilidad y satisfacción por la contratación logrando un impacto positivo directo que tiene mucha influencia en el servicio y desarrolla fidelidad, reconocimiento y recomendación.

Estrategias de Promoción

La promoción en el marketing mix se refiere al mecanismo para impulsar y promover la marca con un enfoque acertado para el mercado objetivo de tal forma que se convierta en una metodología totalmente atractiva para el incremento de clientes con el objeto de avanzar no solo al consumo sino al reconocimiento, promoción y recomendación.

- **Estrategia de comunicación:** Considerando que el mercado objetivo de la marca tiene alta preferencia por conocer través de medios digitales, el efecto de esta estrategia, radica en MagicGarden que llegue al consumidor y genere la inquietud y necesidad de conocer algo nuevo, no tradicional y logre el efecto de consumo en el menor plazo.

Es preciso promocionar la marca en redes sociales, apalancando en herramientas como Social ADS que impulsan el contacto para que los consumidores proporcionen su información como mail, teléfono y se pueda concretar una mayor base de datos a fin de promover la marca con campañas enfocadas a un nuevo estilo

de vida, decoración basada en tendencias actuales y ofertas de cambio en sus hogares a bajo costo lo que permitirá aumento de ventas, recurrencia en visitas, captar nuevos consumidores y posicionar la marca en el mercado.

Por esta razón se ha creado el perfil en la red social Instagram bajo el nombre **magic_gardenec**, el cual se encuentra activo y adquiriendo seguidores que tienen habilitada la opción para comunicarse por mensajes con el objeto de conocer sobre el producto, servicio y la marca.

- Estrategia de conocimiento del producto o servicio: Con el objeto de que los consumidores conozcan sobre la oferta que MagicGarden entrega, se establecerán demostraciones físicas de los ambientes que se ofrecen, es preciso realizar la comparación de un ambiente sin jardín y uno que tenga ya un diseño implementado, la atracción sin duda a la vista del consumidor será positiva y de alto impacto, la visita del cliente tendrá el reconocimiento de un obsequio para fortalecer el vínculo con los potenciales consumidores que visitan la tienda y acortar las brechas existentes, logrando también la fidelización de los clientes frecuentes.
- Estrategia con alianzas: Es importante reconocer que en el mercado no se mueve en torno a un solo tipo de negocio por lo que es preciso establecer vínculos con aliados para lograr reconocimiento y consumo de la marca, la vinculación con constructores de viviendas permitirá que se obtenga la recomendación para los detalles finales de la decoración de una vivienda al compartir los mercados objetivos logrando una mutua colaboración organizada que decantara en el incremento de las ventas.

5.3 Estrategias de Diferenciación

Las estrategias de diferenciación en el marco del plan de marketing para el proyecto de jardines interiores abordan las tácticas destinadas a resaltar y destacar en el mercado. Estas tácticas buscan ofrecer características únicas y distintivas que permitan al proyecto sobresalir de la competencia. El objetivo es crear una percepción única en la mente de los clientes, destacando atributos que lo hacen singular y preferible en comparación con otras alternativas existentes, dentro de éstas se mencionan las siguientes alternativas:

- **Especialización en nicho:** Identificar el nicho de jardines interiores para espacios residenciales. Desarrollar un equipo especializado en diseñar espacios verdes que promuevan la productividad y el bienestar en entornos de trabajo. Crear un portafolio exclusivo con diseños que incorporen plantas de bajo mantenimiento y estén adaptados a las condiciones lumínicas y de espacio comunes en oficinas.

Aplicabilidad: Colaborar con empresas para diseñar "Oasis Verde" en sus oficinas, ofreciendo soluciones que incluyan zonas de descanso con plantas, jardines verticales y servicios de mantenimiento periódico para asegurar un entorno verde y saludable.

- **Diseño innovador:** Mantenerse al tanto de las últimas tendencias en diseño de interiores y colaborar con artistas locales para fusionar el arte con la naturaleza. Desarrollar un

equipo creativo dedicado a la creación de diseños temáticos estacionales que incorporen elementos decorativos únicos y atractivos.

Aplicabilidad: Introducir "Jardines Efímeros" con diseños exclusivos para cada estación del año, utilizando instalaciones artísticas temporales como esculturas y arreglos florales creativos, creando así experiencias visuales únicas para los clientes.

- **Uso de tecnología:** Implementar sistemas avanzados de riego automático basados en sensores y una aplicación móvil personalizada para clientes. Utilizar tecnología de iluminación LED de espectro completo para optimizar el crecimiento de las plantas en interiores.

Aplicabilidad: Introducir un servicio premium, que incorpora un sistema de riego inteligente. Este sistema utiliza sensores de humedad del suelo para garantizar un cuidado óptimo para sus plantas. Además, se le proporcionará una aplicación intuitiva que le permite monitorear y ajustar el riego según sus preferencias, recibirá notificaciones instantáneas sobre el estado de sus plantas, brindándole tranquilidad y control total sobre la salud de su jardín interior. Con este servicio premium, su experiencia de jardinería alcanzará nuevos niveles de conveniencia y eficiencia.

- **Sostenibilidad y conciencia ambiental:** Destacar el compromiso con la sostenibilidad a través de prácticas de jardinería ecológicas y el uso de materiales sostenibles en todos los diseños. Integrar programas de reforestación como parte de los servicios y utilizar contenedores reciclados en la creación de jardines.

Aplicabilidad: Ofrecer a los clientes la opción de participar en programas de reforestación como parte de su contrato de servicio, con la plantación de árboles que correspondan al tamaño y complejidad de sus jardines interiores.

- **Servicio al cliente excepcional:** Establecer un programa de atención al cliente personalizado asignando asesores especializados a cada cliente. Implementar visitas regulares de seguimiento para evaluar la salud de los jardines, proporcionar recomendaciones y ajustar el diseño según las preferencias del cliente.

Aplicabilidad: Designar un asesor de jardines dedicado a cada cliente, que realice visitas trimestrales para revisar el estado de las plantas, ofrecer consejos de cuidado personalizados y ajustar el diseño según las preferencias cambiantes del cliente. Implementar un sistema de encuestas regulares para recopilar retroalimentación y mejorar continuamente los servicios.

La diferenciación exitosa requiere una combinación de factores, incluido el enfoque en las fortalezas únicas de la empresa y la comprensión de las necesidades y deseos específicos de los clientes. Adaptar estas estrategias a la empresa, ayudará a destacar en el mercado de jardines de interior.

5.4 Presupuesto de Marketing

Hacer un presupuesto permite demostrar que lo gastado en marketing es una inversión inteligente. Además, realizar un seguimiento eficiente al presupuesto de marketing ayudará a:

- Garantizar que todos los esfuerzos del plan de marketing cuentan con recursos.
- Verificar que los recursos financieros llegan al destino previsto.
- Analizar si es necesario hacer ajustes en algún aspecto específico, de forma inmediata o para el plan del siguiente periodo.
- Evaluar si todos los gastos se han comprobado de manera adecuada.
- Reconocer si la inversión hecha genera buenos resultados.

Debe existir claridad sobre cuáles gastos serán fijos y cuáles serán variables. Los fijos son aquellos que no cambian a lo largo del periodo planificado para aspectos como el mantenimiento del sitio web, producción de videos estacionales o los sueldos del equipo. Los variables son aquellos que no se repiten con cada ciclo y que pueden responder a campañas de lanzamiento de un producto, alguna colaboración extraordinaria con un influencer o un rebranding. La tabla detallada del presupuesto de marketing, en la cual se consideran diferentes rubros para realizar el presupuesto de marketing, se encuentra como Anexo 1 de este plan de negocios. A continuación, se detalla a qué corresponde cada enfoque:

Diseño y mantenimiento web

Hace referencia al mantenimiento del sitio. Es importante destinar un monto para revisar qué funciona adecuadamente y si hay que adecuar si el tráfico aumenta o el servidor en el que se aloja ya no es suficiente.

Eventos

Hace referencia no solo a aquellas personas y empresas que se encargarán del contacto con gente de la industria, sino también a lanzamientos de productos, talleres para que los clientes aprovechen mejor del servicio y otras actividades que crean un engagement más sólido con los que ya conocen la empresa MagicGarden o están por hacerlo.

Gestión de redes sociales

Es la manera en que muchas personas tendrán la primera interacción valiosa con la marca o empresa, es una poderosa carta de presentación. Hace referencia al presupuesto en canales digitales como Google Ads, Facebook, Twitter, LinkedIn, correo electrónico o cualquier otra plataforma que se utilice para este fin en cada etapa del recorrido del comprador.

Showroom

Se considera como parte de las estrategias de marketing hacer alianzas con locales comerciales donde se venden muebles y decoraciones para interiores, para obtener un espacio

y exponer el emprendimiento sin tener que arrendar un local propio y así optimizar los recursos.

Según WebFX, el costo de la publicidad en Instagram es de entre 0,20 y 2,00 USD por clic (CPC) y 6,70 USD por cada 1000 impresiones (CPM). Se estableció que nuestro proyecto necesita 15.000 impresiones, por lo que la inversión en esta red social debe ser unos \$100 mensuales. Este cálculo se realizó para todas las redes sociales que tiene costos similares de impresión y de acuerdo con esta información se estableció aquella parte del presupuesto.

6 Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

6.1 Localización

El objetivo del estudio de la localización de un proyecto es analizar las diferentes alternativas de ubicación espacial del mismo y analizar los lugares donde se pueda ubicar el proyecto, buscando un lugar con máximos beneficios, mejores costos, o sea, donde se obtenga la máxima ganancia.

Tabla 2

Localización

Factor relevante	Peso asignado	A (Av. Shyris y el Telégrafo)		B (Av. Maldonado y Alonso de Angulo)	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Cercanía al público objetivo (Norte de Quito)	0.4	10	4	4	1.6
Costo de materiales	0.2	5	1	5	1
Acceso a vías de acceso	0.1	9	0.9	6	0.6
Mano de obra disponible (accesibilidad)	0.1	6	0.6	5	0.5
Costo de la vida	0.2	8	1.6	5	1
Suma	1		8.1		4.7

La ubicación más adecuada para implementar nuestras oficinas de atención a los clientes es la opción A (Av. Shyris y El Telégrafo) ya que se encuentra más cerca a nuestro público objetivo, el costo de la vida es más alto por lo cual nuestros servicios van a ser más atractivos para nuestros potenciales clientes. En cuanto a la localización se deben analizar ciertos puntos importantes para asegurar el éxito a largo plazo.

Figura 46

Mapa de localización A



6.2 Diseño Organizacional (Organigrama)

El diseño organizacional se refiere a la estructura y configuración de la empresa para lograr sus metas y objetivos de manera eficiente. En el contexto del proyecto de jardines interiores, el diseño organizacional implica la definición de roles, responsabilidades y relaciones entre los miembros del equipo para garantizar una ejecución fluida de los procesos estratégicos, operativos y de soporte.

En este diseño, se establecen los niveles jerárquicos y se definen las funciones específicas de cada puesto, desde la alta dirección hasta los roles operativos. Además, se busca una estructura que permita la coordinación eficaz entre los equipos de diseño, implementación, mantenimiento, así como las áreas de soporte como contabilidad, marketing y recursos humanos.

El diseño organizacional también se centra en la creación de un entorno de trabajo que fomente la colaboración, la comunicación efectiva y el logro de los objetivos estratégicos del proyecto. Es esencial adaptar la estructura organizacional a la naturaleza del servicio ofrecido, asegurando una gestión eficiente de proyectos, una ejecución de diseño creativa y una atención meticulosa al mantenimiento de los jardines.

Cultura organizacional de Innovación y Colaboración

En el marco del proyecto de Jardines Interiores en el Distrito Metropolitano de Quito, se ha establecido una cultura organizacional basada en la innovación y la colaboración. Esta cultura se caracteriza por fomentar la innovación continua en el diseño y la implementación de jardines interiores.

Se destaca la colaboración abierta entre los equipos de diseño, implementación y mantenimiento, lo que crea un ambiente propicio para el intercambio constante de ideas y la eficacia en la ejecución de proyectos. La flexibilidad y adaptabilidad ante nuevas tendencias y prácticas sostenibles reflejan una cultura que busca mejorar constantemente.

Características:

- **Innovación Continua:** Se fomenta la creatividad y la búsqueda constante de soluciones originales en el diseño y la implementación de jardines interiores.
- **Colaboración Abierta:** Promueve un ambiente donde el intercambio de ideas es constante, permitiendo la colaboración efectiva entre equipos de diseño, implementación y mantenimiento.
- **Adaptabilidad:** Nos adaptamos rápidamente a nuevas tendencias en diseño, tecnología y prácticas sostenibles, impulsando una cultura flexible y receptiva al cambio.
- **Experimentación:** Valora la experimentación y el aprendizaje a través de la acción, alentando la toma de riesgos calculados para mejorar constantemente.
- **Orientación al Cliente:** Centrado en la innovación y colaboración en la satisfacción del cliente, adaptando el enfoque según las necesidades y expectativas.

Implementación:

La implementación se realiza a través de foros de innovación, plataformas colaborativas, programas de desarrollo personal y retroalimentación abierta. Estas prácticas fomentan un entorno donde la experimentación y la toma de riesgos son bienvenidas, contribuyendo a la mejora constante.

- **Foros de Innovación:** Organizar sesiones regulares de lluvia de ideas y foros de innovación para estimular la creatividad y la generación de nuevas ideas.

- *Plataformas Colaborativas:* Utilizar plataformas digitales y herramientas de colaboración para facilitar la comunicación y la coordinación entre equipos.
- *Programas de Desarrollo Personal:* Ofrecer programas de desarrollo personal y capacitación en nuevas tendencias y tecnologías del diseño de jardines interiores.
- *Retroalimentación Abierta:* Fomentar un entorno donde la retroalimentación es constante y constructiva, impulsando la mejora continua.
- *Encuestas de Satisfacción:* Implementar encuestas periódicas de satisfacción del cliente para evaluar la efectividad de nuestras soluciones y recopilar ideas para mejoras futuras.

Ventajas:

- *Eficiencia Colaborativa:* La colaboración abierta facilita la coordinación entre equipos, optimizando la ejecución de proyectos de manera eficiente.
- *Adaptación al Mercado:* La adaptabilidad permite responder rápidamente a cambios en el mercado y en las preferencias de los clientes.
- *Aprendizaje Continuo:* La experimentación y la disposición a asumir riesgos fomentan un aprendizaje continuo, mejorando constantemente nuestras prácticas.
- *Fidelización del Cliente:* Al centrarse en las necesidades del cliente, se construyen relaciones sólidas y fomentamos la fidelización a través de soluciones innovadoras.

Las ventajas de esta cultura incluyen la generación de diseños únicos y personalizados, eficiencia en la coordinación interdepartamental, rápida adaptación al mercado y aprendizaje continuo. La orientación al cliente impulsa nuestras innovaciones, construyendo relaciones sólidas y fidelizando a nuestros clientes.

Resultados Esperados:

El presente proyecto busca un portafolio diversificado y único que refleje la innovación constante en diseños. Aspirar a ser reconocidos como líderes en innovación y diseño sostenible de jardines interiores en el mercado local. El equipo comprometido y la satisfacción del cliente son indicadores clave de éxito, y trabajar para mantener una cultura que promueva la sostenibilidad empresarial a largo plazo.

- *Portafolio Diversificado:* Un portafolio de proyectos diversificado y único que refleje la innovación constante en nuestros diseños.
- *Reconocimiento en el Mercado:* Reconocimiento como líderes en innovación y diseño sostenible de jardines interiores en el mercado local.
- *Equipo Comprometido:* Un equipo comprometido con la cultura de innovación y colaboración, dispuesto a asumir nuevos desafíos y crecer profesionalmente.
- *Clientes Satisfechos:* La satisfacción del cliente como indicador clave de éxito, con proyectos que superan sus expectativas y necesidades.
- *Sostenibilidad Empresarial:* Una cultura que impulsa la sostenibilidad a largo plazo, adaptándonos a las cambiantes demandas del mercado y las expectativas del cliente.

Esta cultura se traduce en un enfoque empresarial que se adapta a las cambiantes demandas del mercado y las expectativas del cliente, garantizando la excelencia en cada proyecto y consolidando nuestra posición en el sector de jardinería interior.

Modelo de estructura: Estructura organizacional funcional

La estructura organizacional propuesta para el proyecto de Jardines Interiores en Quito se caracteriza por ser funcional, combinando elementos de una estructura divisional. Este enfoque busca una gestión eficiente, asignando roles específicos a cada cargo, pero

también promoviendo la colaboración entre áreas. Esta estructura permite una asignación clara de responsabilidades, fomentando la especialización en cada área, mientras que la colaboración interdepartamental se mantiene para lograr una ejecución integral del proyecto. La combinación de elementos funcionales y divisionales permite adaptabilidad y eficiencia.

Se establecerán canales de comunicación fluidos entre los departamentos, se fomentará la colaboración en proyectos específicos y se mantendrá una coordinación constante para asegurar la ejecución eficaz del proyecto de jardines interiores. De esta manera se aprovechará que la estructura combina funciones especializadas (funcional) con la gestión integral de proyectos (divisional), asegurando eficiencia y coordinación.

Figura 47

Organigrama



Perfiles de cargo

En el contexto del proyecto de Jardines Interiores en el Distrito Metropolitano de Quito, los perfiles de cargo son descripciones detalladas de las habilidades, responsabilidades y requisitos necesarios para ocupar cada puesto. Estos perfiles definen las cualidades específicas que se buscan en los candidatos y sirven como guía para la selección, evaluación y desarrollo del personal. Cada perfil aborda aspectos como la experiencia laboral, habilidades técnicas, competencias personales, nivel educativo y cualquier requisito específico para desempeñar eficazmente las funciones asociadas al cargo. Estos perfiles son esenciales para garantizar una contratación acertada y el desempeño exitoso de cada miembro del equipo en sus roles respectivos.

Director Ejecutivo

Actividades:

- Establecer la visión estratégica a largo plazo de la empresa.
- Tomar decisiones clave para el crecimiento y desarrollo.
- Representar a la empresa en eventos y con clientes estratégicos.

Denominación del Cargo: director ejecutivo.

Personas a Cargo: Equipos de liderazgo en cada área.

Procesos Relevantes: Supervisión general y toma de decisiones estratégicas.

Descripción de Funciones: Establecer visión, tomar decisiones clave, representar a la empresa.

Condiciones de Trabajo: Ambiente de oficina, participación en eventos estratégicos.

Administrador

Actividades:

- Planificar detalladamente la ejecución integral del proyecto.
- Coordinar equipos y garantizar el cumplimiento de plazos y presupuestos.
- Reportar regularmente avances y desafíos al director ejecutivo.

Denominación del Cargo: Administrador.

Personas a Cargo: Equipos de proyecto, diseñadores asesores comerciales

Procesos Relevantes: Planificación y ejecución del proyecto.

Descripción de Funciones: Planificar y dirigir la ejecución, garantizar cumplimiento de plazos y presupuestos, reportar avances.

Condiciones de Trabajo: Oficina y terreno, coordinación constante con equipos de diseño e implementación.

Diseñador de Jardines Interiores

Actividades:

- Colaborar estrechamente con clientes para entender preferencias.
- Utilizar herramientas de diseño para crear propuestas innovadoras.
- Asegurar que los diseños cumplan con los estándares de calidad.

Denominación del Cargo: Diseñador de Jardines Interiores.

Personas a Cargo: No aplica en este nivel.

Procesos Relevantes: Diseño y planificación de jardines interiores.

Descripción de Funciones: Colaborar con clientes, utilizar herramientas de diseño, asegurar estándares de calidad.

Condiciones de Trabajo: Ambiente de oficina, reuniones con clientes y equipo de implementación.

Especialista en Implementación

Actividades:

- Coordinar logística y adquisición de materiales para la implementación.
- Supervisar activamente la implementación en el sitio.
- Garantizar que el diseño se materialice según las expectativas.

Denominación del Cargo: Especialista en Implementación / Jardinero

Personas a Cargo: No aplica en este nivel.

Procesos Relevantes: Coordinación y ejecución de diseños.

Descripción de Funciones: Coordinar logística, supervisar implementación, garantizar cumplimiento de diseño.

Condiciones de Trabajo: Principalmente en exteriores, coordinación activa con diseñadores y técnicos.

Estas actividades están diseñadas para asegurar que cada rol contribuya de manera efectiva al éxito global del proyecto, cumpliendo con los estándares de calidad y satisfaciendo las necesidades de los clientes.

6.3 Operaciones (Mapa de procesos)

Figura 48

Mapa de procesos



Actividades clave

1. Procesos estratégicos

1.1. Planificación estratégica

- Definición y seguimiento de la visión, misión y valores de la empresa
- Análisis del entorno interno y externo
- Establecimiento de objetivos y metas
- Desarrollo de estrategias
- Desarrollo de un plan de acción

1.2. Investigación y desarrollo

- Seguimiento de las tendencias en diseño de jardines
- Investigación de nuevas plantas y flores
- Desarrollo de nuevas técnicas de cultivo
- Pruebas de nuevos productos y servicios

2. Procesos operativos

2.1. Diseño

- Entrevista con el cliente
- Elaboración del diseño
- Presentación al cliente
- Adaptación/modificación del diseño

2.2. Implementación

- Adquisición de materiales
- Preparación del área
- Siembra y colocación de plantas y elementos decorativos

- Gestión de residuos

2.3. Mantenimiento

- Desarrollo de un plan de mantenimiento (cliente)
- Riego
- Poda
- Control de plagas y enfermedades
- Asistencia técnica

3. Procesos de soporte

3.1. Contabilidad y finanzas

- Registro de ingresos y gastos
- Presupuesto y control de gastos
- Análisis de la rentabilidad
- Planificación de inversiones
- Cobranza

3.2. Marketing

- Análisis de la competencia
- Definición del público objetivo
- Desarrollo e implementación de estrategias y acciones de marketing
- Captación de clientes
- Seguimiento al cliente

3.3. Talento humano

- Reclutamiento y selección de personal
- Inducción y capacitación del personal

- Gestión del desempeño del personal
- Recompensas y reconocimientos al personal
- Gestión de la seguridad y salud en el trabajo

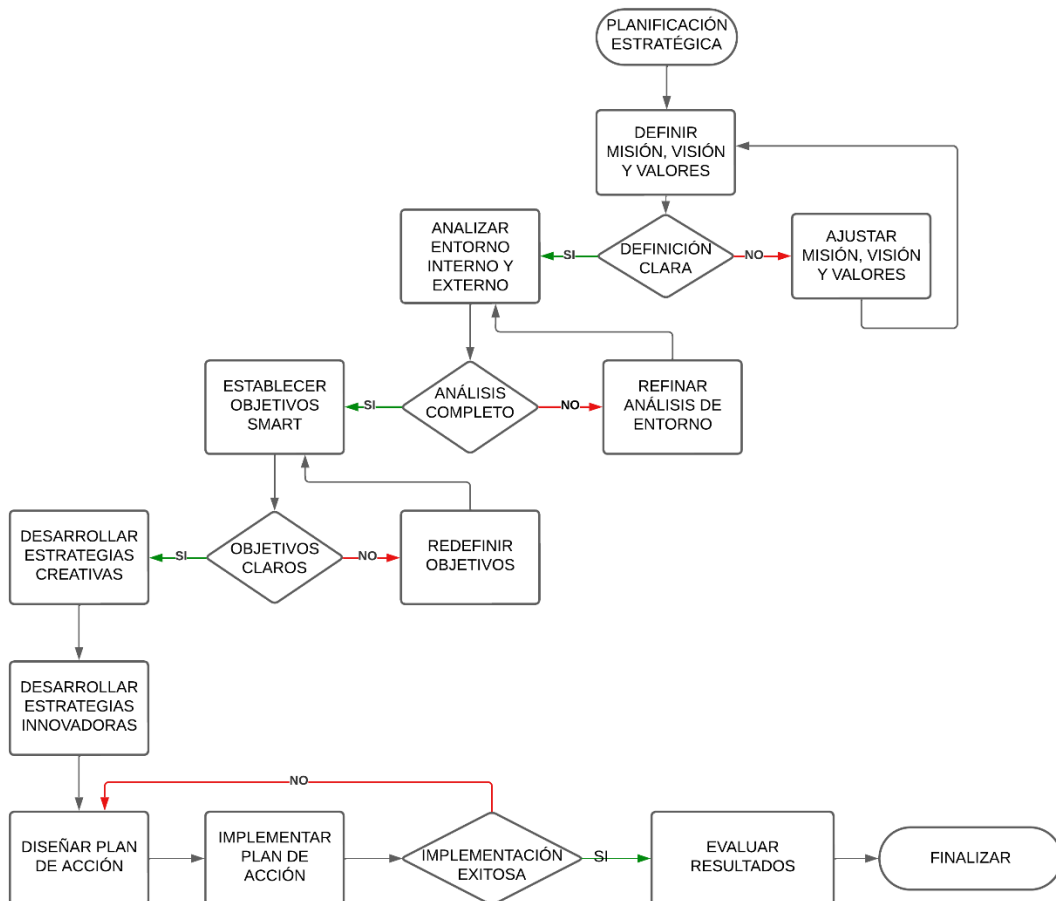
6.4 Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujogramas)

Procesos Estratégicos

a. Planificación Estratégica

Figura 49

Diagrama de flujo: Planificación Estratégica



El diagrama de flujo para la Planificación Estratégica de MagicGarden inicia con la crucial tarea de definir de manera clara y concisa su Visión, Misión y Valores. Este primer paso

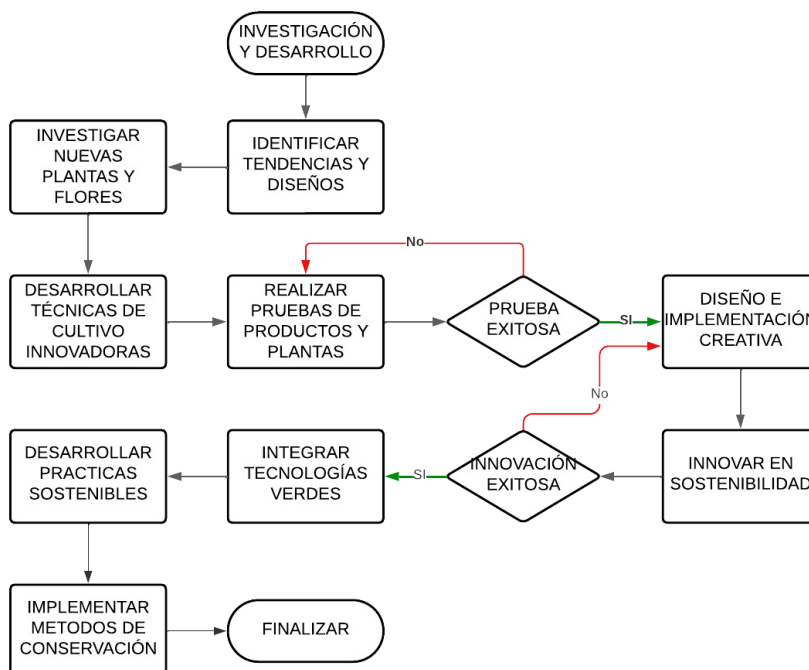
establece el fundamento para todo el proceso. A continuación, se lleva a cabo un análisis profundo del entorno, considerando tanto factores internos como externos que puedan impactar en la empresa. Después, se procede a la formulación de Objetivos SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con un Tiempo definido) que actúan como guía para el desarrollo de estrategias creativas.

El siguiente paso crítico consiste en la elaboración detallada de un Plan de Acción, delineando las acciones específicas para alcanzar los objetivos previamente establecidos. La implementación del plan es seguida de una evaluación exhaustiva de los resultados obtenidos. En caso de éxito, se avanza hacia el diseño de jardines sostenibles, incorporando prácticas que respeten el medio ambiente. No obstante, si los resultados no son los esperados, se abre un ciclo de retroalimentación que incluye la revisión de estrategias y ajustes en el plan de acción, asegurando una mejora continua en la adaptabilidad y eficiencia del proceso.

b. Investigación y Desarrollo

Figura 50

Diagrama de flujo: Investigación y Desarrollo



El diagrama expuesto en la figura 50, focalizado en Investigación y Desarrollo, comienza con el seguimiento constante de las tendencias de diseño. Este paso es esencial para garantizar que MagicGarden se mantenga a la vanguardia de las preferencias y expectativas del mercado. La investigación de nuevas plantas y flores se realiza con el objetivo de incorporar constantemente elementos frescos y atractivos a los diseños de jardines.

Una vez identificadas nuevas posibilidades, se avanza hacia el desarrollo de técnicas de cultivo innovadoras. Estas técnicas son sometidas a pruebas rigurosas, garantizando su eficacia y sostenibilidad. En el caso de pruebas exitosas, se procede al diseño creativo de los jardines, donde la innovación y la estética se combinan. La aprobación del diseño da paso a la fase de innovación en sostenibilidad, integrando tecnologías verdes y prácticas ambientales sostenibles. Sin embargo, si los resultados de las pruebas no son satisfactorios, se inicia un proceso de ajuste y refinamiento, incluyendo la revisión de los productos y servicios desarrollados y las técnicas de cultivo. Este ciclo iterativo garantiza que MagicGarden ofrezca constantemente soluciones de diseño avanzadas y respetuosas con el medio ambiente.

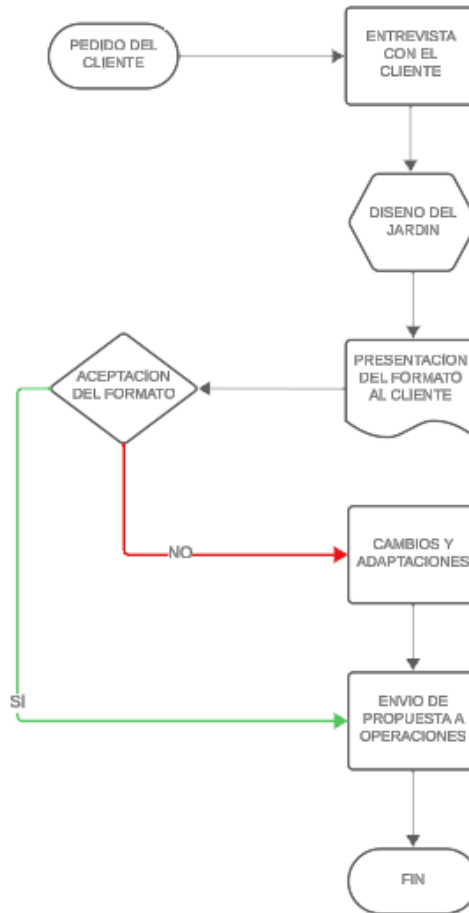
Procesos Operativos

a. Diseño

Se aprecia en la figura 51 el flujo del proceso para el diseño del jardín, que inicia con el pedido del cliente para que el asesor comercial como el responsable de ejecutar la recepción del requerimiento sea quien elabore el formato para la posterior revisión y aprobación de parte del cliente, el flujo contempla la actividad de cambios y adaptaciones en el caso necesario a fin de lograr la satisfacción del cliente en su diseño y formato, una vez aceptado la propuesta se remite a operaciones para la preparación y avance de la elaboración del jardín.

Figura 51

Diagrama de flujo: Diseño



b. Implementación

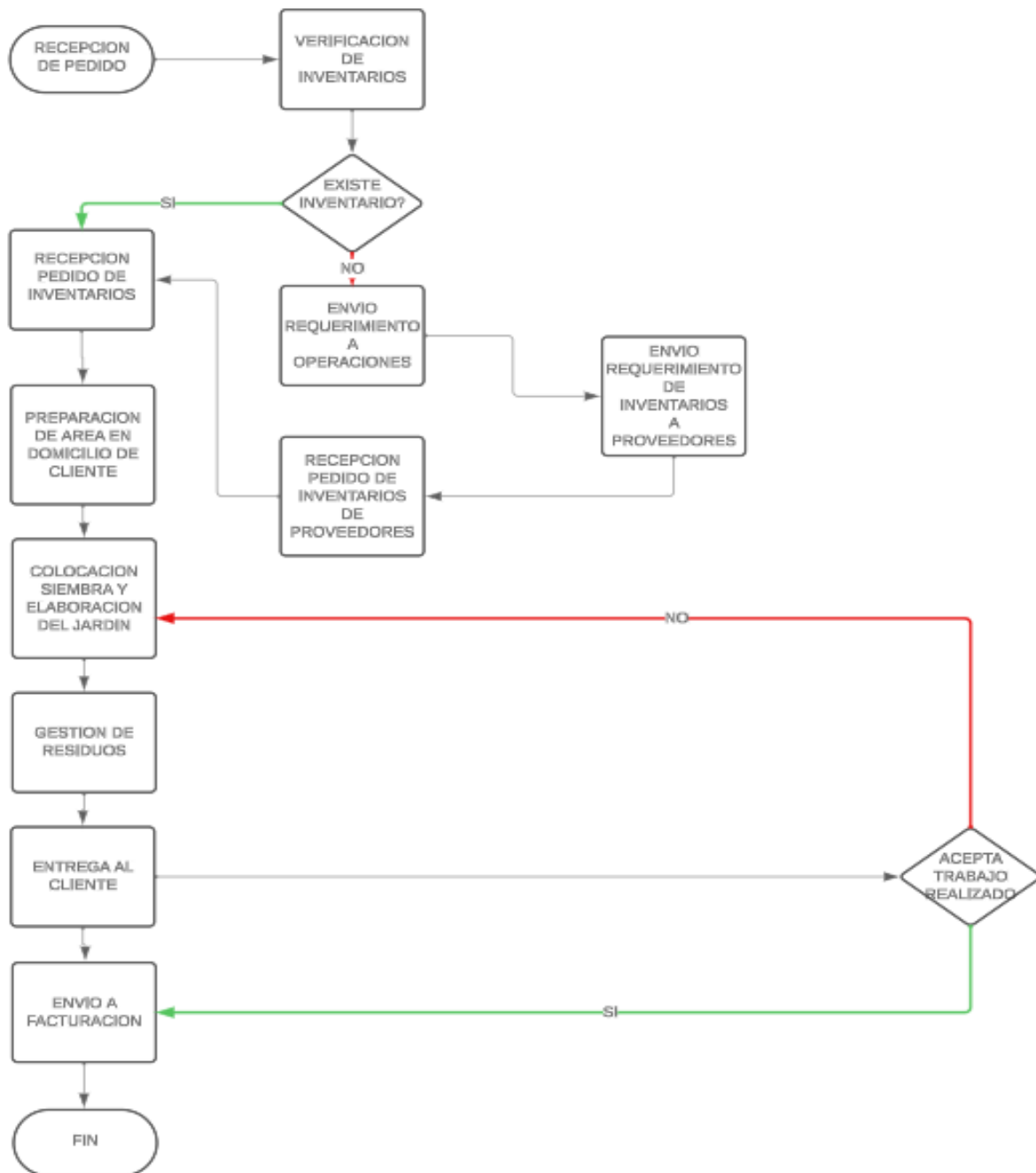
En la figura 52 se detalla el flujo del proceso para la implementación del jardín, que contiene las actividades clave para la elaboración de acuerdo al formato aceptado por el cliente, el área de operaciones recibe el pedido aprobado e interactúa con inventarios y distribución para la respectiva validación de los insumos y materiales, desde luego se evidencia la presencia de los proveedores quienes serán los responsables de provisionar los inventarios necesarios para la implementación del jardín.

En la gestión de operaciones se observan las actividades necesarias para elaborar, es importante mencionar una adecuada gestión de residuos que existirán en las actividades

operativas y antes de finalizar hay que preguntar al cliente su aceptación, que tiene la potestad de aprobar o rechazar el trabajo realizado, si es necesario devuelve la actividad y proceso para realizar las correcciones necesarias que cumplan con las especificaciones requeridas para avanzar hasta el envío a facturación y finalizar el proceso.

Figura 52

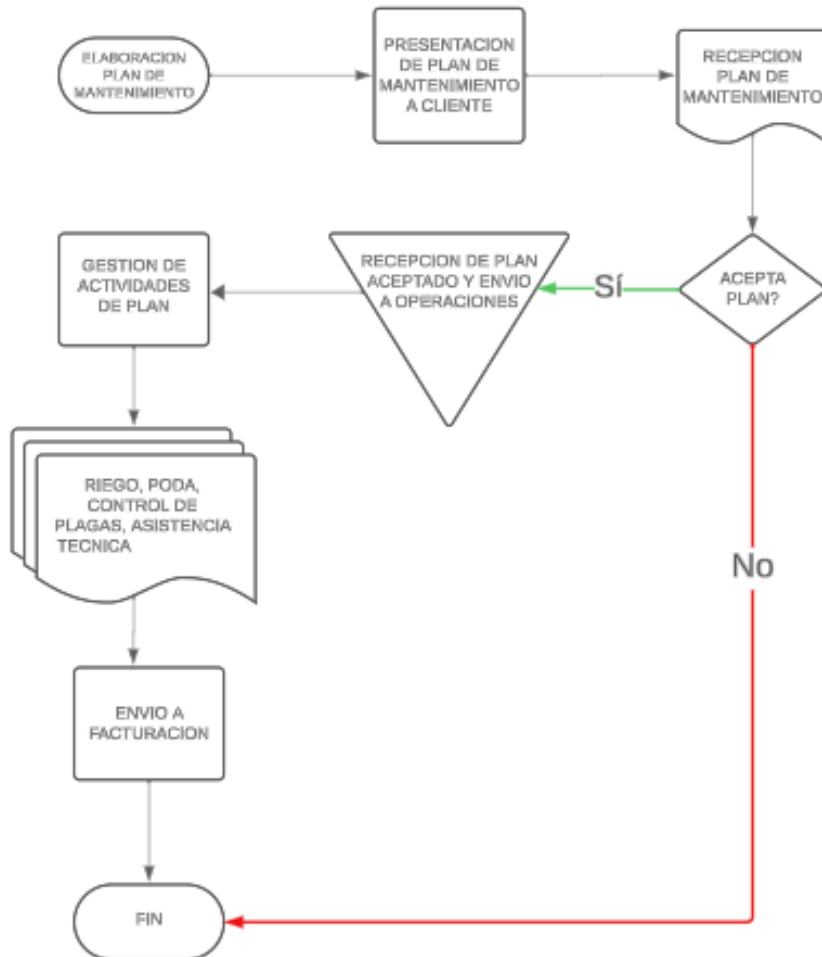
Diagrama de flujo: Implementación



c. Mantenimiento

Figura 53

Diagrama de flujo: Mantenimiento



Se expone en la figura 53 el flujograma el mantenimiento como un proceso de valor agregado a fin de que garantizar la calidad del producto, es necesario mencionar que los responsables de este proceso serán las áreas de operaciones como los expertos en la ejecución, quienes desarrollarán el plan para que sea gestionado por el área comercial que maneja la relación con el cliente y los encargados de exponer la información.

El cliente considera el plan como parte del servicio y tiene la potestad de aceptar, para avanzar con las actividades del mantenimiento que son ejecutadas por operaciones,

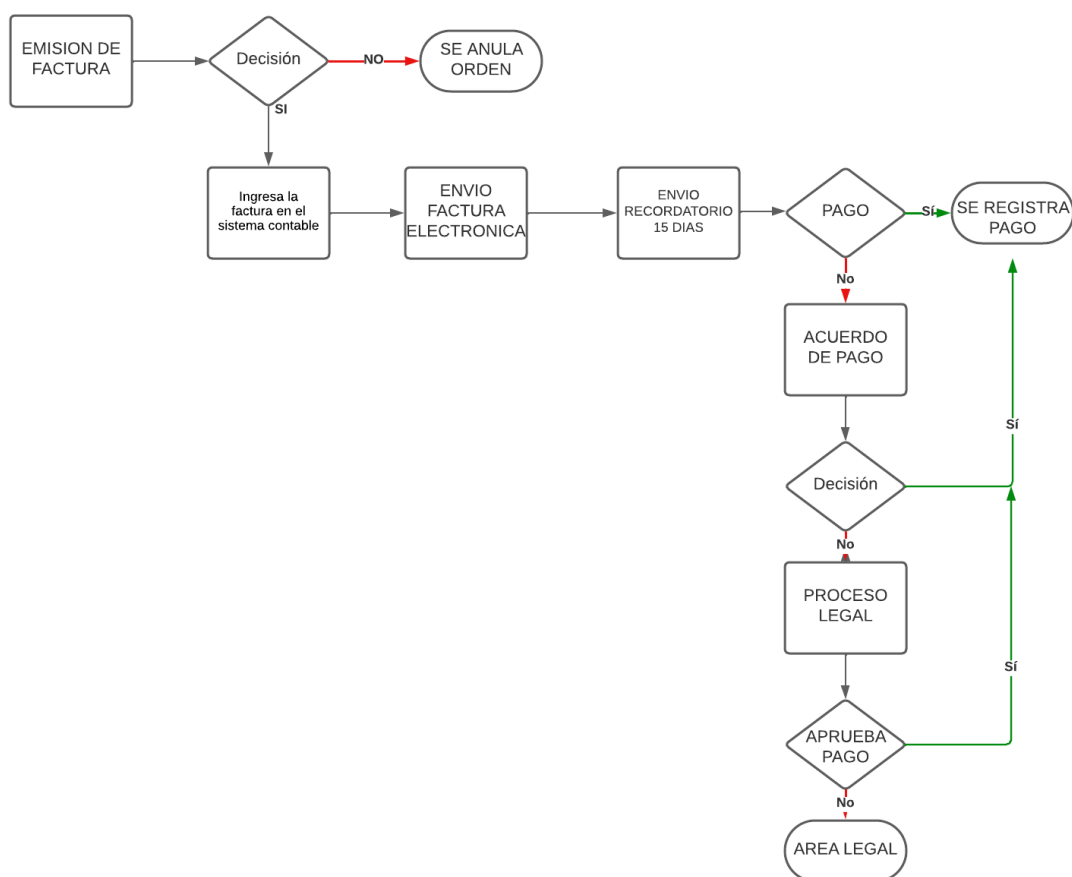
mencionando al riego, poda, control de plagas, asistencia técnica; avanza el proceso a facturación y posterior finalización.

Procesos de Soporte

a. Cobranzas

Figura 54

Diagrama de flujo: Cobranzas

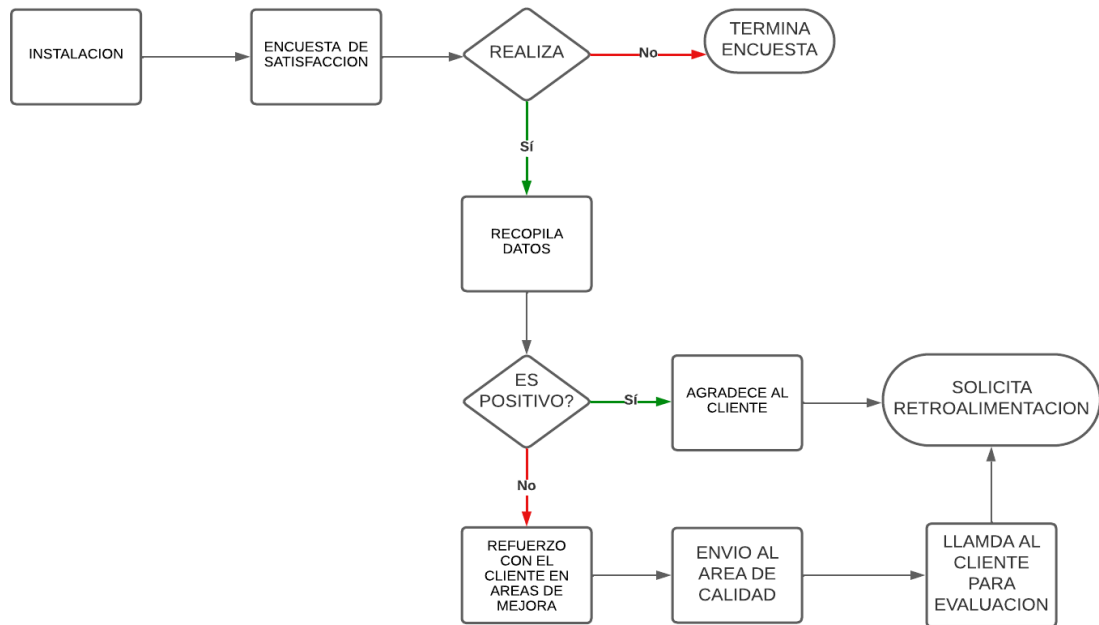


Como se detalla en la figura 54, se gestiona un proceso de cobranzas a los clientes de MagicGarden con la intención de generar clientes a largo plazo sin afectar las condiciones económicas de la empresa. Esto se hace con la objetividad de ganar posicionamiento en el mercado, brindando flexibilidades de pago con nuestros clientes.

b. Seguimiento al Cliente

Figura 55

Diagrama de flujo: Seguimiento al cliente



En la figura 55, se puede destacar el flujograma del proceso de seguimiento al cliente, en donde se enfatiza la utilización de encuestas de satisfacción como principal herramienta para valorar la atención recibida y calidad del producto.

6.5 Conformación legal

Se considera que del punto de vista legal la empresa será constituida como *Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)* por los siguientes motivos:

- En una S.R.L., la responsabilidad de los socios está limitada al monto de su participación en la empresa. También están protegidos de responsabilidades personales por las deudas de la compañía.
- Suele tener un número limitado de socios, dependiendo de las regulaciones locales.

- Las transferencias de participaciones a nuevos socios suelen estar sujetas a restricciones establecidas en el acuerdo de la sociedad y pueden requerir la aprobación de otros socios.
- Suele requerir un capital mínimo menor en comparación con una S.A.
- Suelen tener una estructura más simple, con una gerencia o administración designada y una asamblea de socios.
- Por lo general, tiene menos requisitos de divulgación en comparación con una S.A.
- Las utilidades pueden pasar directamente a los socios y gravarse a nivel personal, lo que a veces puede resultar en una carga fiscal más baja.

7 Evaluación Financiera

7.1 Inversión Inicial

Tabla 3

Inversión inicial: Balance de activos fijos

Balance de Activos Fijos (Inversión Inicial)					
	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Valor de Desecho
Equipos de Computación			\$ 2,600.00	3	\$ 866.67
Computadoras de mesa	3	\$ 450.00	\$ 1,350.00		
Computadora portátil	1	\$ 750.00	\$ 750.00		
Impresora Epson	1	\$ 500.00	\$ 500.00		
Equipos de Oficina			\$ 80.00	10	\$ 8.00
Sumadoras, Calculadoras	4	\$ 20.00	\$ 80.00		
Muebles de Oficinas			\$ 1,584.00	10	\$ 158.40
Archivadores	5	\$ 55.00	\$ 275.00		
Perchas	2	\$ 67.00	\$ 134.00		
Escritorio Modulares	3	\$ 200.00	\$ 600.00		
Sillas unitarias	9	\$ 45.00	\$ 405.00		
Sillas de espera (tripersonales)	2	\$ 85.00	\$ 170.00		
Maquinaria y Equipos			\$ 990.00	5	\$ 198.00
Pala HANZA # 2	3	\$ 10.00	\$ 30.00		
Pala HANZA # 1	3	\$ 12.00	\$ 36.00		
Pico	9	\$ 10.00	\$ 90.00		
Flexómetro	5	\$ 6.00	\$ 30.00		
Rastrillo	9	\$ 6.00	\$ 54.00		
Tijera de 2 manos	9	\$ 15.00	\$ 135.00		
Tijera de podar 1 mano	9	\$ 5.00	\$ 45.00		
Machete	9	\$ 6.00	\$ 54.00		
Carretilla	6	\$ 80.00	\$ 480.00		
Manguera 3/4 - 20 metros	3	\$ 12.00	\$ 36.00		
TOTAL DE INV. INICIAL ACT. FIJOS			\$ 5,254.00		\$ 1,231.07

La tabla 3 detalla la inversión inicial en activos fijos, proporcionando información sobre la cantidad, costo unitario, costo total, vida útil en años y valor de desecho para cada categoría:

- En la categoría de *Equipos de Computación* se incluyen elementos como computadoras de mesa, portátiles e impresoras Epson. En *Equipos de Oficina* se contemplan sumadoras y calculadoras. Los *Muebles de Oficina* comprenden

archivadores, perchas, escritorios modulares, sillas unitarias y de espera (tripersonales).

- La sección de *Maquinaria y Equipos* abarca diversas herramientas, tales como palas, picos, flexómetros, rastrillos, tijeras de dos manos, tijeras de podar de una mano, machetes, carretillas y mangueras.

En resumen, la inversión inicial en activos fijos asciende a \$5,254.00, con un costo anual de depreciación estimado de \$1,231.07.

Tabla 4

Inversión inicial: Balance de activos diferidos

Balance de Activos Diferidos (Inversión Inicial)					
	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Valor de Desecho
Activos Diferidos			\$ 3,748.00		\$ 0.00
Gastos de Constitución	1	\$ 408.00	\$ 408.00		
Publicaciones	1	\$ 150.00	\$ 150.00		
Patentes	1	\$ 160.00	\$ 160.00		
Impuestos	1	\$ 30.00	\$ 30.00		
Diseño y mantenimiento web	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00		
TOTAL DE INV. INICIAL ACT. FIJOS			\$ 3,748.00		\$ 0.00

Por otra parte, se ha establecido una inversión de \$3,748.00 en activos diferidos, de los cuales \$3,000.00 corresponden al diseño y mantenimiento de una página web, mientras que los \$748.00 se los considerados para los diferentes gastos de la constitución de la empresa.

Tabla 5

Balance inicial

Balance Inicial			
Activos		Pasivos	
Efectivo	\$ 15,491.23	Obligaciones por Pagar	\$ 10,372.61
Equipos de Computación	\$ 2,600.00		
Equipos de Oficina	\$ 80.00		
Muebles de Oficinas	\$ 1,584.00		
Maquinaria y Equipos	\$ 990.00	PATRIMONIO	
		CAPITAL PROPIO	\$ 10,372.61
Total Activos	\$ 20,745.23	Total Pasivos	\$ 20,745.23

El balance inicial refleja la situación financiera de la entidad al comienzo del periodo contable, presentando una distribución equilibrada entre activos y pasivos.

- En el lado de los *activos*, se observa un total de \$20,745.23 compuesto principalmente por \$15,491.23 en efectivo para cubrir los 3 primeros meses de gastos del emprendimiento. Además, se incluyen activos tangibles como equipos de computación, equipos de oficina, muebles de oficinas y maquinaria y equipos, con valores específicos de \$2,600.00, \$80.00, \$1,584.00 y \$990.00 respectivamente.
- En el lado de los *pasivos*, se identifican obligaciones por pagar por un monto total de \$10,372.61. En cuanto al patrimonio, se evidencia que el capital propio alcanza la misma cifra de \$10,372.61.

Este balance refleja una posición financiera equilibrada al inicio del período contable, donde los activos totales son iguales a los pasivos totales y al patrimonio. La entidad cuenta con recursos en efectivo y diversos activos tangibles. Las obligaciones por pagar están respaldadas tanto por el capital propio, proveniente de los accionistas, que asciende a \$10,372.61, representando el 50% de los aportes, como por un crédito bancario de igual valor, completando el 50% restante.

Gastos de Explotación

Sueldos y salarios

Tabla 6

Sueldos y salarios

	Cant.	Sueldos Unitarios	Sueldos y Salarios	Aportación IEES	Decimotercer Sueldo	Decimocuarto Sueldo	Total
Administrador	1	\$ 700.00	\$ 700.00	\$78.05	\$58.33	\$38.33	\$874.72
Asistente (1/2 tiempo)	1	\$ 230.00	\$ 230.00	\$25.65	\$19.17	\$38.33	\$313.15
Diseñador/Asesor	2	\$ 560.00	\$ 1,120.00	\$124.88	\$93.33	\$38.33	\$1,376.55
TOTAL				\$228.58	\$170.83	\$115.00	\$2,564.41

La tabla 6, de sueldos y salarios, muestra la distribución de compensaciones para los empleados de la entidad, presentando tanto los sueldos unitarios como los totales, junto con las contribuciones y beneficios asociados.

- En el caso del Administrador, con un sueldo unitario de \$700.00, se calcula un sueldo y salario total de \$700.00. A este monto se suman las contribuciones, como la aportación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) de \$78.05, el décimo tercer sueldo de \$58.33, y el décimo cuarto sueldo de \$38.33, resultando en un total de \$874.72.
- Para el Asistente, que será contratado a medio tiempo, con un sueldo unitario de \$230.00, se calcula un sueldo y salario total de \$230.00. Se suman las contribuciones para el IESS por \$25.65, el décimo tercer sueldo de \$19.17, y el décimo cuarto sueldo de \$38.33, para dar un total de \$313.15.
- Para el Diseñador/Asesor, con un sueldo unitario de \$560.00, se obtiene un sueldo y salario total de \$1,120.00. A este se suman las contribuciones de \$124.88 para IESS, \$93.33 para el décimo tercer sueldo, y \$38.33 para el décimo cuarto sueldo, con un total de \$1,376.55.

Gastos financieros

Tabla 7

Gastos financieros

Años	Dividendo	Interés	Amortización del Capital	Saldo Absoluto
0	-	-	-	\$ 10,372.61
1	\$3,138.38	\$1,618.13	\$1,520.26	\$8,852.36
2	\$3,138.38	\$1,380.97	\$1,757.42	\$7,094.94
3	\$3,138.38	\$1,106.81	\$2,031.57	\$5,063.36
4	\$3,138.38	\$789.88	\$2,348.50	\$2,714.87
5	\$3,138.38	\$423.52	\$2,714.87	\$0.00

INVERSION INICIAL: \$ 10,372.61
 PLAZO: 5 años / 60 meses
 INTERES ANUAL: 15.60%
 TIPO CRÉDITO: Consumo
 INSTITUCIÓN: Banco Pichincha

La tabla 7 presenta un desglose de la evolución de un préstamo a lo largo de cinco años, el 50% de la inversión inicial se obtuvo con crédito bancario, a un plazo de 5 años a un interés de 15.60%, de tal manera que genera dividendos mensuales de \$250.04 y un monto adicional por interés, de acuerdo con la tabla de amortización presentada en el Anexo 2.

Presupuesto de gastos

A los gastos antes mencionados se han agregado un gasto fijo mensual de \$500.00 por concepto de alquiler de las oficinas, por otra parte, se ha estipulado un gasto variable de \$200.00 correspondiente a los servicios básicos, mientras que el gasto de marketing se ha establecido un presupuesto variable mensual de \$1,850.00.

Tabla 8

Presupuesto de gastos

Gastos Fijos Mensuales		
Administrador	\$ 874.72	
Asistente	\$ 313.15	
Diseñador/Asesor	\$ 1,376.55	
Alquiler	\$ 350.00	
Total		\$ 2,914.41
Gastos Variables Mensuales		
Gastos Generales	\$ 200.00	
Gastos Logísticos	\$ 300.00	
Gestión de redes sociales	\$ 150.00	
Revistas	\$ 50.00	
Eventos	\$ 200.00	
Contabilidad	\$ 75.00	
Mailing/WAPP	\$ 25.00	
Total		\$ 1,000.00
Costo Total Mensual		\$ 3,914.41

La tabla 8 refleja los gastos mensuales del presente proyecto, en la sección de Gastos Fijos Mensuales, se detallan los costos asociados a los roles de Administrador, Asistente y Diseñador/Asesor, con montos de \$874.72, \$313.15 y \$1,376.55 respectivamente. Además, se incluyen los gastos de alquiler por \$350.00. En total, los gastos fijos mensuales ascienden a \$2,914.41.

- La sección de Gastos Variables Mensuales abarca diversas categorías, incluyendo Gastos Generales, Gastos Logísticos, Gestión de redes sociales, Revistas, Eventos, Contabilidad y Mailing/WAPP, con montos específicos para cada una. La suma de estos gastos variables mensuales alcanza los \$1,000.00.
- Finalmente, el Costo Total Mensual representa la suma de los Gastos Fijos y Variables Mensuales, resultando en un monto total de \$3,914.41. Este cuadro proporciona una visión completa de los costos asociados al funcionamiento mensual de la entidad, incluyendo tanto los gastos fijos como los variables, los gastos fijos mensuales representan el 72.47% del costo total mensual, mientras que los gastos variables mensuales constituyen el 27.77%.

Tabla 9

Presupuesto de gastos de administración y ventas

Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas						
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Gastos Administrativos						
Sueldos y Salarios	\$ 30,772.90	\$ 31,188.33	\$ 31,609.38	\$ 32,036.10	\$32,468.59	\$ 32,906.92
Alquiler	\$ 4,200.00	\$ 4,256.70	\$ 4,314.17	\$ 4,372.41	\$ 4,431.43	\$ 4,491.26
Total de Gastos Administrativos	\$ 34,972.90	\$ 35,445.03	\$ 35,923.54	\$ 36,408.51	\$36,900.02	\$ 37,398.18
Gastos de Operación						
Gastos Generales	\$ 2,400.00	\$ 2,432.40	\$ 2,465.24	\$ 2,498.52	\$ 2,532.25	\$ 2,566.43
Gastos Logísticos	\$ 3,600.00	\$ 3,648.60	\$ 3,697.86	\$ 3,747.78	\$ 3,798.37	\$ 3,849.65
Contabilidad externa	\$ 1,200.00	\$ 1,216.20	\$ 1,232.62	\$ 1,249.26	\$ 1,266.12	\$ 1,283.22
Total Gastos Operacionales	\$ 7,200.00	\$ 7,297.20	\$ 7,395.71	\$ 7,495.55	\$ 7,596.74	\$ 7,699.30
Gastos de Ventas						
Gestión de redes sociales	\$ 1,800.00	\$ 1,824.30	\$ 1,848.93	\$ 1,873.89	\$ 1,899.19	\$ 1,924.83
Revistas	\$ 600.00	\$ 608.10	\$ 616.31	\$ 624.63	\$ 633.06	\$ 641.61
Eventos	\$ 2,400.00	\$ 2,432.40	\$ 2,465.24	\$ 2,498.52	\$ 2,532.25	\$ 2,566.43
Mailing/WAPP	\$ 300.00	\$ 304.05	\$ 308.15	\$ 312.31	\$ 316.53	\$ 320.80
Total de Gastos de Ventas	\$ 5,100.00	\$ 5,168.85	\$ 5,238.63	\$ 5,309.35	\$ 5,381.03	\$ 5,453.67
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 47,272.90	\$ 47,911.08	\$ 48,557.88	\$ 49,213.42	\$49,877.80	\$ 50,551.15

La tabla 9 resume un presupuesto anual para gastos de administración y ventas a lo largo de seis años.

- Gastos Administrativos: Representan aproximadamente el 71.56% al 71.82% del presupuesto total, con sueldos y salarios constituyendo la mayor parte.
- Gastos de Operación: Conforman alrededor del 38.25% al 38.35% del presupuesto total, siendo gastos generales, logísticos y contabilidad externa los principales componentes.
- Gastos de Ventas: Representan cerca del 27.09% al 27.18% del presupuesto total, destacando la gestión de redes sociales, revistas, eventos y mailing/WAPP.

7.2 Estados Financieros (Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja)

Estados de resultados

Escenario más probable:

Tabla 10

Estado de resultados: escenario más probable

Años	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 235,265.40	\$ 242,323.36	\$ 249,593.06	\$ 257,080.85	\$ 264,793.28
(-)Costos Variables	\$195,926.16	\$196,092.21	\$196,260.50	\$196,431.07	\$196,603.93
(-)Costos Fijos	\$34,972.90	\$35,445.03	\$35,923.54	\$36,408.51	\$36,900.02
(-)Intereses	\$1,618.13	\$1,380.97	\$1,106.81	\$789.88	\$423.52
(-)Depreciación	\$1,231.07	\$1,231.07	\$1,231.07	\$1,231.07	\$1,231.07
Total Costos y Gastos	\$233,748.25	\$234,149.28	\$234,521.92	\$234,860.53	\$235,158.54
Utilidad Antes de Impuestos	\$1,517.15	\$8,174.08	\$15,071.14	\$22,220.33	\$29,634.74
Impuestos	\$1,476.00	\$1,495.93	\$1,516.12	\$1,536.59	\$1,557.33
Utilidad Neta	\$41.15	\$6,678.16	\$13,555.02	\$20,683.74	\$28,077.41
(+)Depreciación	\$1,231.07	\$1,231.07	\$1,231.07	\$1,231.07	\$1,231.07
Inversión					
Préstamo					
Amortización	\$ 1,520.26	\$ 1,757.42	\$ 2,031.57	\$ 2,348.50	\$ 2,714.87
Capital de Trabajo					
Flujo de Caja	-\$248.04	\$6,151.81	\$12,754.51	\$19,566.31	\$26,593.61
VAN	\$ 20,198.34				
TIR	37%				

El balance de resultados del escenario más probable (tabla 10) muestra un aumento progresivo en los ingresos durante cinco años, partiendo de \$235,265.40 en el primer año y llegando a \$264,793.28 en el quinto año. Los costos y gastos, incluyendo variables, fijos, intereses y depreciación, se suman en el "Total Costos y Gastos," que crece de \$233,748.25 en el primer año a \$235,158.54 en el quinto año.

Tabla 11

Utilidad en los primeros 5 años

	1	2	3	4	5
Utilidad %	0.02%	2.76%	5.43%	8.05%	10.60%
Utilidad mensual \$	\$ 3.43	\$ 556.51	\$ 1,129.59	\$ 1,723.64	\$ 2,339.78
Utilidad anual \$	\$ 41.15	\$ 6,678.16	\$ 13,555.02	\$ 20,683.74	\$ 28,077.41

- La "Utilidad Antes de Impuestos" crece de \$1,517.15 en el primer año a \$29,634.74 en el quinto año.
- Deducciones por impuestos y depreciación dan lugar a la "Utilidad Neta," que va desde \$41.15 en el primer año hasta \$28,077.41 en el quinto año.
- La sección de inversión incluye la amortización del préstamo y el capital de trabajo, generando un "Flujo de Caja" anual que aumenta de \$-248.04 a \$26,593.61 durante el período.
- Además, se calculan el Valor Actual Neto (VAN) de \$20,198.34 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 37%.

Podemos resumir en el presente balance que se destaca el rendimiento financiero, costos, utilidades, flujos de caja y métricas de inversión a lo largo de cinco años de operación, siendo este el escenario más probable para el proyecto, con indicadores positivos que permitirían poner en marcha el presente proyecto.

Escenario pesimista

Tabla 12

Estado de resultados: escenario pesimista

Años	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 110.353,20	\$ 113.663,80	\$ 117.073,71	\$ 120.585,92	\$ 124.203,50
(-)Costos Variables	\$98.710,80	\$98.876,85	\$99.045,14	\$99.215,71	\$99.388,57
(-)Costos Fijos	\$31.215,16	\$31.636,56	\$32.063,66	\$32.496,52	\$32.935,22
(-)Intereses	\$1.544,85	\$1.318,43	\$1.056,69	\$754,12	\$404,34
(-)Depreciación	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07
Total Costos y Gastos	\$132.701,88	\$133.062,91	\$133.396,56	\$133.697,41	\$133.959,20
Utilidad Antes de Impuestos	-\$22.348,68	-\$19.399,12	-\$16.322,85	-\$13.111,48	-\$9.755,70
Impuestos	\$1.476,00	\$1.495,93	\$1.516,12	\$1.536,59	\$1.557,33
Utilidad Neta	-\$23.824,68	-\$20.895,04	-\$17.838,97	-\$14.648,07	-\$11.313,03
(+)Depreciación	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07
Inversión					
Préstamo					
Amortización	\$ 1.451,41	\$ 1.677,83	\$ 1.939,58	\$ 2.242,15	\$ 2.591,92
Capital de Trabajo					
Flujo de Caja	-\$24.045,02	-\$21.341,81	-\$18.547,48	-\$15.659,15	-\$12.673,89
VAN	\$ -83.170,86				
TIR	#¡NUM!				

Según la tabla 12, el escenario negativo indica que durante los primeros 5 años, no se logra recuperar la inversión. Esta situación hace que el proyecto no sea viable, ya que los valores permanecen en territorio negativo a lo largo de esos 5 años. Además, tanto el Valor Actual Neto (VAN) como la Tasa Interna de Retorno (TIR) siguen una tendencia desfavorable en este periodo.

Escenario optimista

Según la tabla 13, los primeros 5 años muestran un escenario positivo, estableciendo la viabilidad del negocio desde el primer año. Esto implica la necesidad de aumentar en un 40-41 % los esfuerzos de toda la operación para incrementar el número de clientes y las ventas y demás indicadores.

Esto se traduce en un Valor Actual Neto (VAN) de \$121,094.78 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 150%.

Tabla 13

Estado de resultados: escenario optimista

Años	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 331.059,60	\$ 340.991,39	\$ 351.221,13	\$ 361.757,76	\$ 372.610,50
(-)Costos Variables	\$271.532,40	\$271.698,45	\$271.866,74	\$272.037,31	\$272.210,17
(-)Costos Fijos	\$31.215,16	\$31.636,56	\$32.063,66	\$32.496,52	\$32.935,22
(-)Intereses	\$1.544,85	\$1.318,43	\$1.056,69	\$754,12	\$404,34
(-)Depreciación	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07
Total Costos y Gastos	\$305.523,48	\$305.884,51	\$306.218,16	\$306.519,01	\$306.780,80
Utilidad Antes de Impuestos	\$25.536,12	\$35.106,88	\$45.002,97	\$55.238,76	\$65.829,70
Impuestos	\$1.476,00	\$1.495,93	\$1.516,12	\$1.536,59	\$1.557,33
Utilidad Neta	\$24.060,12	\$33.610,95	\$43.486,85	\$53.702,17	\$64.272,36
(+)Depreciación	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07	\$1.231,07
Inversión					
Préstamo					
Amortización	\$ 1.451,41	\$ 1.677,83	\$ 1.939,58	\$ 2.242,15	\$ 2.591,92
Capital de Trabajo					
Flujo de Caja	\$23.839,78	\$33.164,18	\$42.778,34	\$52.691,09	\$62.911,51
VAN	\$ 121.094,78				
TIR	150%				

7.3 Presupuesto de ventas

Jardín de Sustrato

Presupuesto Jardín de Sustrato:

Tabla 14

Ficha de costo: jardín de sustrato

Ficha de costo: Jardín de Sustrato 8m ²					
#	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
ESTRUCTURA					
1	TUBO ESTRUCTURAL 3/4"	kg	0.88	6	\$ 5.28
2	TUBO ESTRUCTURAL 1 1/2"	kg	1.72	9	\$ 15.48
3	MDF LAMINADO	m2	2.92	60	\$ 175.20
4	MADERA LISTONES	ml	40	3	\$ 120.00
5	CLAVOS/TORNILLOS	kg	0.5	3	\$ 1.50
6	PINTURA	m2	7	4.5	\$ 31.50
ORNAMENTACIÓN					
7	MACETAS	UNIDAD	26	3.5	\$ 91.00
8	PIEDRAS	UNIDAD	2	4	\$ 8.00
PLANTAS					
9	DRACAENA TRICOLOR	UNIDAD	3	4	\$ 12.00
10	DRACAENA ROJA	UNIDAD	8	4	\$ 32.00
11	HELECHO	UNIDAD	2	3	\$ 6.00
12	MILLONARIA	UNIDAD	9	1.5	\$ 13.50
13	SANSEVIERA	UNIDAD	4	3	\$ 12.00
14	MANO DE OBRA	UNIDAD	2	60	\$ 120.00
SUBTOTAL					\$ 643.46
Margen de ganancia 25%					\$ 160.87
TOTAL PVP x 8m²					\$ 804.33
PVP/m²					\$ 100.54

Uno de los productos que se ofrecerán en el proyecto son los jardines de sustrato. Estos jardines utilizan un medio de cultivo similar al suelo tradicional, facilitando la transición de plantas cultivadas en tierra al sistema de macetas. En este método, las plantas crecen en un medio compuesto principalmente por materiales orgánicos e inorgánicos. El presupuesto específico variará según el tamaño del jardín, los tipos de plantas cultivadas y la región geográfica, entre otros factores, por ello se plantea un presupuesto estándar.

Jardín Hidropónico

Presupuesto Jardín Hidropónico:

Tabla 15

Ficha de costo: jardín hidropónico

Ficha de costo: Jardín Hidropónico 8m ²					
#	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
ESTRUCTURA					
1	GEOMEMBRANA	m2	8	4.5	\$ 36.00
2	FILTRO DE POLYESTER	m2	8	3.3	\$ 26.40
3	ESTRUCTURA METALICA	kg	19.68	9	\$ 177.12
4	MADERA LISTONES DE PINO	ML	20	3	\$ 60.00
SISTEMA DE RIEGO					
5	TUBERIA DE PVC 1/2 DE 3M - TUBERIA DE PVC SERIE 5	m	3	13.5	\$ 40.50
6	220 MMM * 6M	m	1	22.57	\$ 22.57
7	BOMBA SUMERGIBLE	UNIDAD	1	70	\$ 70.00
8	TEMPORIZADOR DE RIEGO	UNIDAD	1	160	\$ 160.00
ILUMINACIÓN					
9	LUMINARIAS	UNIDAD	2	11.1	\$ 22.20
10	LED	UNIDAD	2	4.5	\$ 9.00
ORNAMENTACIÓN					
11	SUSTRATO	UNIDAD	25	3.5	\$ 87.50
12	SOLUCION FERTILIZADA	UNIDAD	1	15	\$ 15.00
PLANTAS					
13	MILLONARIA	UNIDAD	12	1.5	\$ 18.00
14	DRACAENA ROJA	UNIDAD	21	4	\$ 84.00
15	LAGRIMA DE BEBE	UNIDAD	34	1	\$ 34.00
16	HELECHO	UNIDAD	16	3	\$ 48.00
17	CINTA	UNIDAD	22	1	\$ 22.00
14	MANO DE OBRA	UNIDAD	1	6/h	\$ 90.00
SUBTOTAL					\$ 1,022.29
Margen de ganancia 25%					\$ 255.57
TOTAL PVP x 8m²					\$ 1,277.86
PVP/m²					\$ 159.73

El presupuesto para el jardín hidropónico se enfoca en proyectar los gastos necesarios para establecer y mantener un sistema de cultivo que no utiliza suelo, donde las plantas se desarrollan en soluciones nutritivas. Este presupuesto incluirá estimaciones de costos para sistemas de riego, nutrientes, infraestructura y otros insumos específicos para el cultivo hidropónico.

Presupuesto de Ventas

Presupuesto de Ventas incluido Jardín de Sustrato, Jardín Hidropónico y Mantenimiento

Tabla 16

Presupuesto de ventas

Productos	M2	Cientes promedio de 5m ²	Ingresos	Part. %	Cost. Var. Unit.	Cost. Fijos	P.V.P	Punto Eq. Mensual
Jardín de Sustrato	84	17	\$ 8,445.36	43.08%	\$ 85.56	\$ 1,255.43	\$ 100.54	84
Jardín Hidropónico	64	13	\$ 10,222.72	52.14%	\$ 135.94	\$ 1,519.64	\$ 159.73	64
Mantenimiento	49	10	\$ 937.37	4.78%	\$ 8.48	\$ 139.34	\$ 19.13	13
TOTAL	197		\$ 19,605.45	100%				161

- La empresa presenta un desglose mensual detallado de sus productos y resultados financieros. El Jardín de Sustrato abarca 84 metros cuadrados, con un promedio de 17 clientes, cada uno con una instalación de 5 metros cuadrados. Se generan ingresos por \$8,445.36, representando el 43.08% del total. Con un costo variable unitario de \$85.56, costos fijos de \$1,255.43, y un precio de venta al público (P.V.P) de \$100.54 por m².
- Por otro lado, el Jardín Hidropónico cubre 64 metros cuadrados, con un promedio de 13 clientes, cada uno con una instalación de 5 metros cuadrados. La generación de ingresos asciende a \$10,222.72, representando el 52.14% del total. El costo variable unitario es de \$135.94, con costos fijos de \$1,519.64 y un P.V.P de \$159.73 por m².
- Finalmente, el servicio de Mantenimiento, que ocupa 49 metros cuadrados en promedio por 10 clientes, aporta ingresos por \$937.37, representando el 4.78% del

total. Con un costo variable unitario de \$8.48, costos fijos de \$139.34, y un P.V.P de \$19.13.

La empresa generaría ingresos totales de \$19,605.45 dólares, provenientes de 30 nuevos clientes para sus jardines. Este total se desglosa en 17 clientes de jardines de sustrato, con un pago promedio de \$496.79 cada uno, y 13 clientes de jardines hidropónicos con un pago promedio de \$786.36 cada uno. Además, se incluyen 10 clientes para servicios de mantenimiento con un pago promedio de \$93.74 cada uno.

7.4 Punto de Equilibrio

En cuanto el punto de equilibrio, tomando en consideración los costos totales y los costos variables de cada producto, se ha determinado que para el Jardín de Sustrato se necesita por las menos 75m² vendidos al mes, mientras que para el Jardín Hidropónico se ha determinado un punto de equilibrio de 57m² mensuales. Para finalizar, en el mantenimiento otorgado a cualquiera de los dos productos se necesita realizar 12m² mensuales de mantenimiento para alcanzar el punto de equilibrio.

Figura 56

Punto de equilibrio: Jardín de sustrato

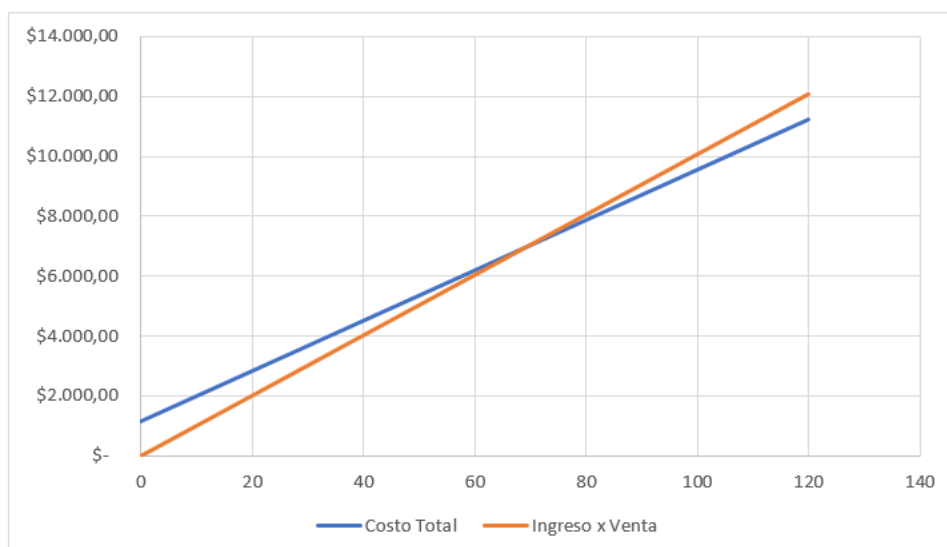


Figura 57

Punto de equilibrio: Jardín hidropónico

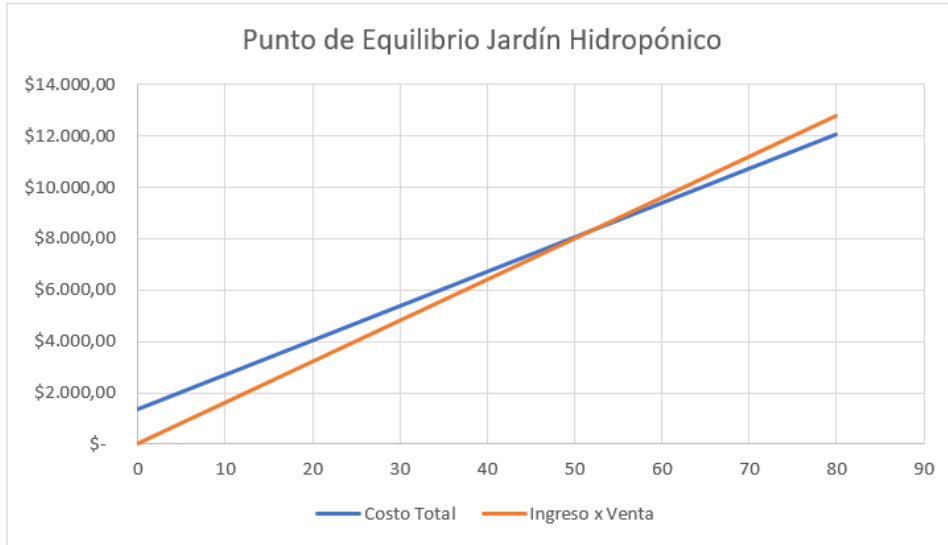
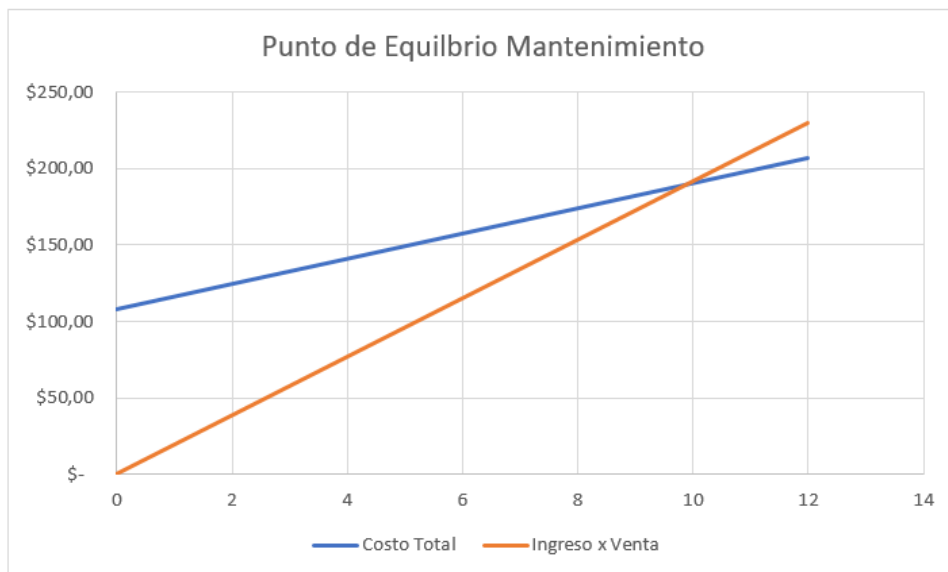


Figura 58

Punto de equilibrio: servicio de mantenimiento



7.5 Indicadores Financieros (VAN - TIR - Período de recuperación, WACC)

VAN

A través de la utilización de la herramienta “Solver” en Excel, se puede determinar que el VAN es favorable, dando como resultado \$20.198,34 (ver figura 56).

TIR

De igual manera, el cálculo desarrollado para obtener el TIR dio una cifra positiva superior a la media, con un 36.65%, lo que da un referente positivo para dar continuidad y ejecución al proyecto (ver figura 56).

Figura 59

Indicadores financieros

Año	Ingresos	Egresos	Flujo de Efectivo
1	\$ 235,265.40	\$ 235,224.25	\$ 41.15
2	\$ 242,323.36	\$ 235,645.20	\$ 6,678.16
3	\$ 249,593.06	\$ 236,038.04	\$ 13,555.02
4	\$ 257,080.85	\$ 236,397.12	\$ 20,683.74
5	\$ 264,793.28	\$ 236,715.87	\$ 28,077.41
Total	\$ 1,249,055.96	\$ 1,180,020.49	\$ 69,035.47

Formulación de Datos	
Inversión Inicial	\$ -20,745.23
F1 =	\$ 41.15
F2 =	\$ 6,678.16
F3 =	\$ 13,555.02
F4 =	\$ 20,683.74
F5 =	\$ 28,077.41
n =	5
i =	14%

VAN =	\$ 20,198.34
TIR =	36.65%

Además, se estima un periodo de recuperación de la inversión de 3 años, tomando en cuenta que el saldo de la inversión después del tercer año se hace negativo según lo demostrado en la tabla 17.

Tabla 17

Periodo de recuperación

Periodo	Saldo de la Inversión	Flujo de Caja	Rentabilidad Exigida	Recuperación de la Inversión
1	\$10,372.61	-\$248.04	-\$49.61	-\$198.44
2	\$10,571.05	\$6,151.81	\$1,230.36	\$4,921.45
3	\$5,649.60	\$12,754.51	\$2,550.90	\$10,203.61
4	-\$4,554.01	\$19,566.31	\$3,913.26	\$15,653.05
5	-\$20,207.05	\$26,593.61	\$5,318.72	\$21,274.89

WACC

Con relación al WACC se calcula utilizando la fórmula detallada en la figura 57. Para la obtención de su valor se consideran ambas partes, una inversión propia del 50% y el apalancamiento financiero del 50% (tabla 18). El resultado de la obtención del WACC asciende a 14.15%, mismo que se usó como tasa de descuento para el cálculo de la TIR y VAN.

Figura 60

Fórmula y cálculo WACC

$$\left(\frac{E}{E+D} * R_E \right) + \left(\frac{D}{E+D} * R_D \right) * (1 - \tau_c)$$

$$(50\% * 16.6\%) + (50.00\% * 15.60\%) * (1 - 25\%)$$

$$(8.3\%) + (7.80\%) * (75\%)$$

$$R // = 14.15\%$$

Tabla 18

Fuentes de apalancamiento

FUENTE DE APALANCAMIENTO	VALOR
RECURSOS PROPIOS (PATRIMONIO) =	\$ 10,372.61
DEUDAS (PASIVOS) =	\$ 10,372.61
TASA DE IMPUESTO DE RENTA CORPORATIVA =	25%

8 Conclusiones y Recomendaciones

8.1 Conclusiones

- El análisis financiero realizado respalda la viabilidad económica del emprendimiento e indica que MagicGarden será rentable a corto y largo plazo en caso de darse el escenario esperado.
- Gracias a las investigaciones realizadas se ha revelado un interés existente y potencial demanda de servicios de jardinería en espacios residenciales en el Distrito Metropolitano de Quito, por lo que la pertinencia del proyecto está respaldada.
- Se concluye que las redes sociales desempeñarán un papel estratégico en la promoción del negocio, aprovechando su capacidad para llegar a una audiencia amplia y generar interacción con clientes potenciales.
- La diferenciación competitiva a través de la calidad del servicio, la creatividad en el diseño y la atención personalizada al cliente se presenta como una estrategia clave para destacar en un mercado en crecimiento.

8.2 Recomendaciones

- Se recomienda implementar estrategias de marketing digital específicas, centrándose en redes sociales, para maximizar la visibilidad y atraer a un público objetivo interesado en servicios de jardinería residencial.
- Dada la importancia de la sostenibilidad, se sugiere que el personal participe en programas de formación continua sobre prácticas ecológicas y nuevas tendencias en diseño de jardines.

- Explorar oportunidades para establecer alianzas con empresas afines, como viveros locales o proveedores de materiales ecológicos, con el fin de fortalecer la cadena de suministro y ofrecer opciones más sostenibles.
- Se aconseja mantener un monitoreo constante de las tendencias del mercado, adaptando los servicios y diseños de jardines según las preferencias cambiantes de los clientes y las nuevas tecnologías disponibles.
- Para fortalecer la relación con los clientes, se sugiere la implementación de programas de fidelización y recompensas, incentivando la repetición de negocios y generando referencias positivas.

9 Bibliografía

- Brito, M. (2020). *Plan de Negocios para Jardines del Alba en la Provincia de Santiago*. Santiago de Chile: Universidad de Chile. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/177780/Plan-de-negocios-para-Jardines-del-Alba-en-la-provincia-de-Santiago.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Brown, T. (Junio de 2008). *Design Thinking*. Obtenido de Harvard Business Review: <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>
- Comunicare. (2019). *Estrategias de promoción en marketing*. Obtenido de Comunicare Neuromarketing: <https://www.comunicare.es/tipos-de-estrategias-de-promocion-en-marketing/>
- Correa, M., Almeida, B., Espinoza, M., Cabezas, A., & Castillo, K. (2024). *Segmentación Efectiva de Clientes utilizando R: Técnicas para Administración y Marketing Avanzado*. Quevedo: SciELa.
- Cueva, J. (2015). *Estudio de factibilidad para la instalación de una microempresa de jardinería para el diseño y mantenimiento de fincas en la parroquia de Vilcabamba del cantón Loja*. Loja: UIDE. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1648/1/T-UIDE-0621.pdf>
- González, M., Robles, J., Mazzoli, S., Pérez, M., Rivero, F., & Verdú, C. (2017). *Metodología ágil de emprendimiento para la creación de empresas innovadoras*. Madrid: Escuela de Organización Industrial EOI.
- INEC. (2010). *Análisis Información Censal: Equipo Técnico de Análisis del Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de Ecuador En Cifras: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective*.

Cambridge: Cambridge University Press.

Mastrantonio, P., Cáliz, C., Mármol, M., Rajadell, M., Coduras, Ó., Tapias, X., & Pacreu, J.

(2016). *Cómo hacer un plan de empresa EUNCET*. OmniaScience.

Mattson, R. H., & Park, S.-H. (2009). Ornamental Indoor Plants in Hospital Rooms Enhanced

Health Outcomes of Patients Recovering from Surgery. *The Journal of Alternative and Complementary Medicine*, 15(9). Obtenido de

<https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/acm.2009.0075>

Nepriakhina, D. (s.f.). *Problem-Solution fit canvas*. Recuperado el Noviembre de 2023, de

IdeaHackers: <https://www.ideahackers.network/problem-solution-fit-canvas>

Palmas, T. (s.f.). *Plan de negocios y propuesta financiera Jardincentro La Flor*. Pueblo

Bueno. Obtenido de <https://www.uprm.edu/cms/index.php?a=file&fid=5695>

Pichop, G., & Mndiga, H. (2007). *Essentials of modern marketing management & supply*

chain systems for vegetable seed companies. Taiwan: AVRDC.

Rodríguez, J. J. (2015). *Muestreo y preparación de la muestra*. Ceysa. Obtenido de Muestreo

y preparación de la muestra:

<https://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2057/es/lc/uide/titulos/43107>

Rodríguez, M. (1996). *El mercadeo en los emprendimientos asociativos de pequeños*

productores rurales. Buenos Aires: SAPyA.

Steffens, G., & Cadiat, A.-C. (2016). *Los criterios SMART: El método para fijar objetivos*

con éxito. España: 50Minutos.es.

Wolverton, B. C., Johnson, A., & Bounds, K. (1989). *Interior Landscape Plants for Indoor*

Air Pollution Abatement. NASA Technical Reports Server. Obtenido de

<https://ntrs.nasa.gov/citations/19930073077>

10.2 Anexo 2

Detalle de la tabla de amortización mencionada en la sección 7.1, subsección “Gastos financieros”.

Tabla 20

Tabla de amortización del crédito inicial

Mes	Dividendo	Interés	Amortización del Capital	Saldo Absoluto
0	-	-	-	\$ 10,372.61
1	\$ 250.04	\$ 134.84	\$ 115.20	\$ 10,257.41
2	\$ 250.04	\$ 133.35	\$ 116.70	\$ 10,140.72
3	\$ 250.04	\$ 131.83	\$ 118.21	\$ 10,022.50
4	\$ 250.04	\$ 130.29	\$ 119.75	\$ 9,902.75
5	\$ 250.04	\$ 128.74	\$ 121.31	\$ 9,781.45
6	\$ 250.04	\$ 127.16	\$ 122.88	\$ 9,658.56
7	\$ 250.04	\$ 125.56	\$ 124.48	\$ 9,534.08
8	\$ 250.04	\$ 123.94	\$ 126.10	\$ 9,407.98
9	\$ 250.04	\$ 122.30	\$ 127.74	\$ 9,280.24
10	\$ 250.04	\$ 120.64	\$ 129.40	\$ 9,150.85
11	\$ 250.04	\$ 118.96	\$ 131.08	\$ 9,019.76
12	\$ 250.04	\$ 117.26	\$ 132.79	\$ 8,886.98
13	\$ 250.04	\$ 115.53	\$ 134.51	\$ 8,752.47
14	\$ 250.04	\$ 113.78	\$ 136.26	\$ 8,616.21
15	\$ 250.04	\$ 112.01	\$ 138.03	\$ 8,478.17
16	\$ 250.04	\$ 110.22	\$ 139.83	\$ 8,338.35
17	\$ 250.04	\$ 108.40	\$ 141.64	\$ 8,196.70
18	\$ 250.04	\$ 106.56	\$ 143.49	\$ 8,053.22
19	\$ 250.04	\$ 104.69	\$ 145.35	\$ 7,907.87
20	\$ 250.04	\$ 102.80	\$ 147.24	\$ 7,760.63
21	\$ 250.04	\$ 100.89	\$ 149.15	\$ 7,611.47
22	\$ 250.04	\$ 98.95	\$ 151.09	\$ 7,460.38
23	\$ 250.04	\$ 96.98	\$ 153.06	\$ 7,307.32
24	\$ 250.04	\$ 95.00	\$ 155.05	\$ 7,152.27
25	\$ 250.04	\$ 92.98	\$ 157.06	\$ 6,995.21
26	\$ 250.04	\$ 90.94	\$ 159.10	\$ 6,836.11
27	\$ 250.04	\$ 88.87	\$ 161.17	\$ 6,674.93
28	\$ 250.04	\$ 86.77	\$ 163.27	\$ 6,511.66
29	\$ 250.04	\$ 84.65	\$ 165.39	\$ 6,346.27
30	\$ 250.04	\$ 82.50	\$ 167.54	\$ 6,178.73
31	\$ 250.04	\$ 80.32	\$ 169.72	\$ 6,009.01
32	\$ 250.04	\$ 78.12	\$ 171.93	\$ 5,837.09
33	\$ 250.04	\$ 75.88	\$ 174.16	\$ 5,662.93
34	\$ 250.04	\$ 73.62	\$ 176.42	\$ 5,486.50
35	\$ 250.04	\$ 71.32	\$ 178.72	\$ 5,307.78
36	\$ 250.04	\$ 69.00	\$ 181.04	\$ 5,126.74
37	\$ 250.04	\$ 66.65	\$ 183.39	\$ 4,943.35
38	\$ 250.04	\$ 64.26	\$ 185.78	\$ 4,757.57
39	\$ 250.04	\$ 61.85	\$ 188.19	\$ 4,569.38
40	\$ 250.04	\$ 59.40	\$ 190.64	\$ 4,378.73
41	\$ 250.04	\$ 56.92	\$ 193.12	\$ 4,185.62
42	\$ 250.04	\$ 54.41	\$ 195.63	\$ 3,989.99
43	\$ 250.04	\$ 51.87	\$ 198.17	\$ 3,791.81
44	\$ 250.04	\$ 49.29	\$ 200.75	\$ 3,591.06
45	\$ 250.04	\$ 46.68	\$ 203.36	\$ 3,387.71
46	\$ 250.04	\$ 44.04	\$ 206.00	\$ 3,181.70
47	\$ 250.04	\$ 41.36	\$ 208.68	\$ 2,973.02
48	\$ 250.04	\$ 38.65	\$ 211.39	\$ 2,761.63
49	\$ 250.04	\$ 35.90	\$ 214.14	\$ 2,547.49
50	\$ 250.04	\$ 33.12	\$ 216.93	\$ 2,330.56
51	\$ 250.04	\$ 30.30	\$ 219.75	\$ 2,110.82
52	\$ 250.04	\$ 27.44	\$ 222.60	\$ 1,888.22
53	\$ 250.04	\$ 24.55	\$ 225.50	\$ 1,662.72
54	\$ 250.04	\$ 21.62	\$ 228.43	\$ 1,434.29
55	\$ 250.04	\$ 18.65	\$ 231.40	\$ 1,202.90
56	\$ 250.04	\$ 15.64	\$ 234.40	\$ 968.49
57	\$ 250.04	\$ 12.59	\$ 237.45	\$ 731.04
58	\$ 250.04	\$ 9.50	\$ 240.54	\$ 490.50
59	\$ 250.04	\$ 6.38	\$ 243.67	\$ 246.83
60	\$ 250.04	\$ 3.21	\$ 246.83	\$ 0.00